

ANÁLISE DE METAS E RESULTADOS

Aprovado: Deliberação DIREX
nº31 de 13/4/2023 e
Deliberação CONSAD nº13 de
25/4/2023

Conselho de Administração

2022



Análise de Metas e Resultados 2022
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Estratégia de Longo Prazo 2021-2025
Plano de Negócios 2022

Art. 23, § 2º da Lei nº 13.303/2016
Art. 37, § 3º do Decreto nº 8.945/2016
Art. 50, inciso XXXIII do Estatuto Social da EBC





01

Apresentação

02

Visão Geral
da EBC

03

Ambiente de
Atuação

04

Estratégia de
Longo Prazo

05

Análise do Desempenho
Anual da Estratégia -
Plano de Negócios 2022

06

Análise de Riscos
e Oportunidades
sobre a Estratégia
de Longo Prazo

07

Considerações
Finais

1. APRESENTAÇÃO

O presente documento promove a Análise de Atendimento das Metas e Resultados na execução do Plano de Negócios e da Estratégia de Longo Prazo 2021-2025 pelo Conselho de Administração - CONSAD, referente aos resultados do exercício de 2022, em cumprimento aos termos do art. 23, § 2º, da Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016; do art. 37, § 3º, do Decreto nº 8.945, de 27 de dezembro de 2016, alterado pelo Decreto nº 11.048, de 18 de abril de 2022; e do art. 50, inciso XXXIII, do Estatuto Social da EBC.

O Mapa da EBC representa a Estratégia de Longo Prazo da Empresa, com vistas ao atendimento da sua função social de relevante interesse coletivo, nos termos da Lei das Estatais, da Lei nº 13.303/2016, e da Constituição Federal de 1988. É formado pelos Objetivos Estratégicos, que estão organizados em diferentes perspectivas (Resultado, Processos Internos e Recursos) e interligados por relação de causa e efeito.

A análise é fundamentada nos resultados dos Objetivos Estratégicos, medidos por meio dos Indicadores e Projetos Estratégicos e dos Planos de Ações, aprovados no Plano de Negócios. Os Projetos Estratégicos representam a direção dos esforços e as prioridades entre as demandas institucionais, e os indicadores permitem que a Empresa verifique a convergência dos resultados em face da estratégia definida para o cumprimento da sua Missão e da sua Visão de Futuro.

Com foco na contribuição para o alcance da estratégia, foram executados pelas áreas 71 Planos de Ações, previstos no Plano de Negócios, distribuídos nas Plataformas de TV, Rádio e Digital, nas atividades de Acervo, Serviços, Rede Nacional de Comunicação Pública, Operações, Engenharia e Tecnologia, e da Gestão Empresarial e Administração.

Os resultados alcançados pela Empresa são monitorados, por meio dos Relatórios Trimestrais de Monitoramento do Plano de Negócios e das Reuniões de Avaliação da Estratégia – RAE, o que torna a Estratégia de Longo Prazo da EBC cada dia mais consolidada.

Total de Planos de Ações por Objetivo Estratégico*

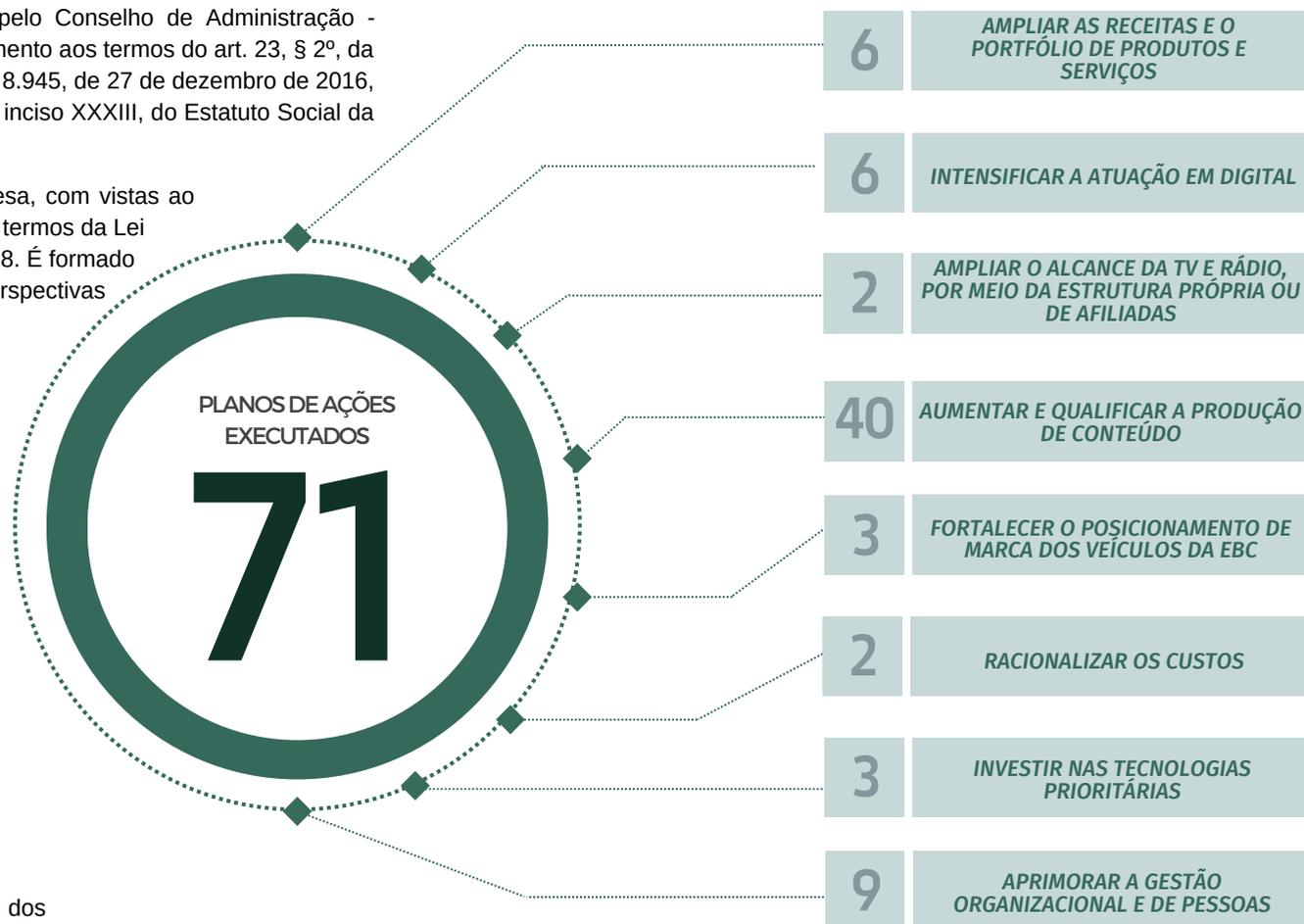


Figura 1 - Total de Planos de Ações por Objetivo Estratégico

*Obs.: Os 2 Objetivos Estratégicos de Resultado não possuem Planos de Ações vinculados. Seus desempenhos são atingidos por meio dos demais objetivos.

1. APRESENTAÇÃO

Os Planos de Ações previstos no Plano de Negócios 2022, foram norteados pelas Orientações Gerais do Conselho de Administração, conforme figura 1 abaixo:

ORIENTAÇÕES GERAIS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO - CONSAD

Priorizar conteúdos multiplataformas
Otimizar as ações do Acervo
Otimizar a gestão de recursos financeiros disponibilizados
Intensificar a inovação na prestação de serviço de radiodifusão
Fortalecer a Rede Nacional de Comunicação Pública (TV e Rádio) por meios próprios ou de afiliadas
Produzir, coproduzir e adquirir conteúdo de interesse da sociedade
Ampliar o portfólio de produtos e serviços, de forma a diversificar e aumentar a captação de receita, com vistas à sustentabilidade financeira
Consolidar os processos de valorização da força de trabalho da Empresa
Intensificar a atuação em digital
Intensificar ações de Marketing e de desenvolvimento das marcas dos veículos
Investir em tecnologias prioritárias, desenvolver soluções tecnológicas e buscar automação de processos
Intensificar a gestão de ativos imobiliários
Consolidar processos de Governança

Figura 2 - Orientações Gerais do CONSAD

2. Visão Geral da EBC

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

PODER E ÓRGÃO DE VINCULAÇÃO

Poder: Executivo
Órgão de Vinculação: Ministério das Comunicações*

IDENTIFICAÇÃO

Natureza Jurídica: Empresa Pública Federal
Principal Atividade: Prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, de forma a observar a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

CONTATOS

Telefone: (61) 3799-5700
SCS Quadro 08, Bloco B 50, 1º Subsolo Ed. Venâncio 2000 – Asa Sul, Brasília – DF - Caixa Postal: 08840 – CEP: 70333-900
Página na Internet: www.ebc.com.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Ministério das Comunicações - MCom
(Presidente do Conselho)
Maria Estella Dantas Antonichelli

Diretor-Presidente da EBC - PRESI
Glen Lopes Valente

Ministério da Educação - MEC
Paulo Cesar Abrantes

Ministério das Comunicações - MCom
Andréa Martucelli Magalhães Paz (a partir do dia 26/7/2022)
Tiago Dias Sobrinho (até o dia 25/7/2022)

Representante dos Empregados da EBC
Karlane Costa Silva de Oliveira

Ministério do Turismo - MTur
Hélio Ferraz Oliveira (a partir do dia 24/10/2022)
Rafael Augusto Luisi de Oliveira (até o dia 23/10/2022)

Ministério da Economia - ME
Jorge Luiz de Lima

Ministério das Comunicações - MCom -
(Membro independente)
Leonardo Teshima

Ministério das Comunicações - MCom
(Membro independente)
Gutemberg Faria Rios (a partir do dia 25/4/2022)
Elisabel de Abreu Ferriche (até o dia 24/4/2022)

ADMINISTRADORES

Diretor-Presidente - PRESI
Glen Lopes Valente

Diretor-Geral - DIGER
Roni Baksys Pinto

Diretor de Operações, Engenharia e Tecnologia - DOTEC
Pedro Marcos Boszczovski

Diretor de Conteúdo e Programação - DICOP
Denilson Morales da Silva

Diretor de Administração, Finanças e Pessoas - DIAFI
Márcio Kazuaki Fusissava

Diretora de Jornalismo - DIJOR
Sirlei Batista

2. Visão Geral da EBC

FINALIDADE E COMPETÊNCIAS INSTITUCIONAIS

A Empresa Brasil de Comunicação S.A. – EBC* é uma empresa pública organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado, vinculada ao Ministério das Comunicações**, e foi constituída com o propósito de prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, de forma a observar a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal, princípio constante no artigo 223 da Constituição Federal e expresso no artigo 2º, inciso I, da Lei de criação da EBC.

A EBC, também, tem o propósito de contribuir com a construção da cidadania. Além disso, detém função estratégica na promoção do desenvolvimento e da integração nacional ao disponibilizar uma programação diversificada, a fim de garantir o atendimento a todos os segmentos da sociedade brasileira, nas cinco regiões do País, por meio dos seus veículos de comunicação.

Mapa Estratégico - Objetivos Estratégicos 2021-2025

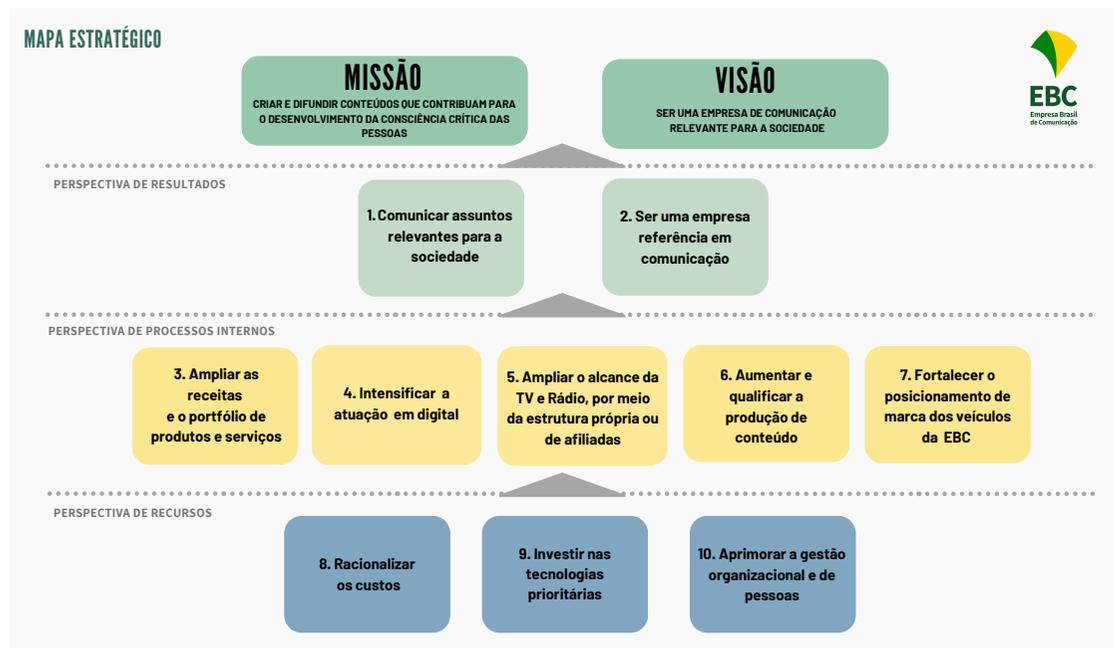


Figura 3 - Mapa Estratégico da EBC, aprovado pela Deliberação DIREX nº 28, de 7/4/2022, e pela Deliberação CONSAD nº 15, de 25/4/2022.



Figura 4 - Valores Institucionais

*Instituída pela Lei nº 11.652, de 7/4/2008, com as modificações introduzidas pela Lei nº 13.417, de 1º/3/2017, pela Lei nº 13.303, de 30/6/2016, pela Lei nº 6.404, de 15/12/1976, e pelo Decreto nº 8.945, de 27/12/2016, atualizado pelo Decreto nº 11.048, de 18/4/2022, e seu Estatuto Social.

**Conforme o Decreto nº 11.362, de 1/1/2023, a Empresa Brasil de Comunicação - EBC passou a compor a estrutura organizacional da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM.

3. Ambiente de Atuação

A EBC atua nos ramos de comunicação, de prestação de serviços conexos e de publicidade legal, especialmente, na radiodifusão pública para a distribuição de conteúdos próprios ou de terceiros, nas plataformas TV, Rádio e Digital, e deve fomentar a produção de conteúdos regionais e independentes. Além disso, conforme previsto no inciso VII, do art. 3º, da Lei de criação da EBC, direciona a sua produção e programação às finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem excluir o seu caráter competitivo na conquista do maior número de ouvintes, telespectadores e internautas, complementando os sistemas privado e estatal.

A Empresa faz a gestão do Sistema de Comunicação Pública, o qual é formado por seus veículos de TV, Rádio e Digital, sendo a busca pela audiência alinhada às finalidades, aos princípios e aos objetivos da radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, estabelecidos nas leis supramencionadas. O mesmo vale para o direcionamento da produção e da programação de conteúdos.

A Estratégia de Longo Prazo da EBC está diretamente relacionada aos efetivos resultados da Política de Comunicação Pública do Governo Federal, que está correlacionada com a ampliação da cobertura em sinal digital da TV Brasil e da cobertura das Rádios Públicas em FM.

POLÍTICAS E PROGRAMAS DE GOVERNO

O Plano Plurianual – PPA é o instrumento de planejamento governamental que define as diretrizes, os objetivos e as metas da administração pública federal, estabelecido por lei, com vigência de quatro anos.

A EBC está inserida no PPA 2020-2023 por meio do Programa Temático “Comunicação Pública e Divulgação de Atos e Matérias do Governo Federal”, no qual é responsável pelo atendimento do Objetivo “Ampliar e modernizar a difusão para a sociedade de conteúdos de interesse público e de atos e matérias do Governo Federal”.

A efetividade do desempenho desse objetivo foi acompanhada pela seguinte meta: “Ampliar a cobertura da radiodifusão para 100% com a difusão de conteúdos multimídias de natureza educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania, nas capitais, no Distrito Federal e suas regiões metropolitanas, por meio da geração própria ou da Rede Nacional de Comunicação Pública”.

Além disso, no PPA 2020-2023, a EBC monitora dois resultados intermediários, que se referem a um produto (bem ou serviço) ou a um resultado da ação governamental, que também contribui de forma relevante para o alcance do Objetivo e da Meta do Programa. Os Resultados Intermediários são: “Expansão da radiodifusão por TV Digital”; e “Expansão da radiodifusão por Rádio FM”.

PPA Plano Plurianual 2020-2023

META DA EBC NO PPA

“Ampliar a cobertura da radiodifusão para 100% com a difusão de conteúdos multimídias de natureza educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania, nas capitais, no Distrito Federal e suas regiões metropolitanas, por meio da geração própria ou da Rede Nacional de Comunicação Pública”

VEÍCULOS	CAPITAIS		META 2022		ATENDIDAS ATÉ 2022	
	QUANT.	%	QUANT.	%	QUANT.	%
TV	27	50%	25	93%	26	96%
RÁDIO	27	50%	20	74%	21	78%
TOTAL	54*	100%	45	83%	47	87%

Tabela 1 - Meta Ampliar a cobertura da radiodifusão

*Memória de cálculo: número de capitais atendidas por TV Digital + número de capitais atendidas por Rádio FM/(27 capitais do Brasil x2) x 100.

3. Ambiente de Atuação

PPA 2020 - 2023 - REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

PRESENÇA DA TV BRASIL DIGITAL NAS CAPITALIS

A meta para 2022 teve como previsão o alcance médio de 45 (83%) das capitais a serem atendidas com o sinal de TV Digital e Rádio FM, sendo 25 para TV (93%) e 20 para Rádio (74%). Até o fechamento deste documento, a TV atingiu 26 capitais, sendo 104% da meta e a Rádio alcançou 21 capitais, 105% dessa previsão. Os gráficos ao lado demonstram os resultados intermediários de TV e Rádio, separadamente.

Dessa forma, o alcance médio das capitais em 2022 foi de 47 capitais com TV Digital e Rádio FM (87%), ultrapassando a meta prevista para o ano.

Os mapas ao lado demonstram as capitais que estão atendidas com o sinal digital da TV Brasil e com a Rádio FM.



26 CAPITALIS 
 104% DA META 2022 ATINGIDA
 96% DA META FINAL DO PPA ATINGIDA



Figura 5 - presença da TV Brasil digital nas capitais

PRESENÇA DAS RÁDIOS FM NAS CAPITALIS

21 CAPITALIS 
 105% DA META 2022 ATINGIDA
 78% DA META FINAL DO PPA ATINGIDA

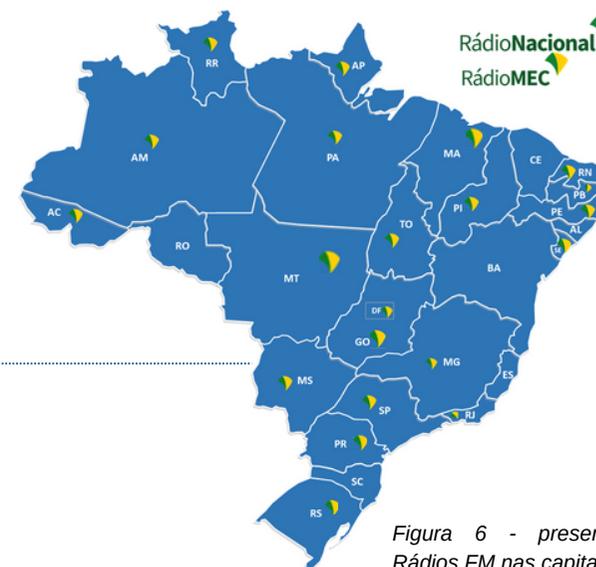


Figura 6 - presença das Rádios FM nas capitais

Obs.: Os dados são relativos à posição de 31/12/2022.

4. Estratégia de Longo Prazo

Estágio do Planejamento Estratégico

A EBC está alerta às boas práticas de governança corporativa com objetivo de otimizar, aperfeiçoar e disseminar suas ferramentas de planejamento e gestão, bem como alinhar-se aos avanços que ocorrem em todas as áreas voltadas à administração e à gestão do Governo Federal, principalmente, em relação às empresas estatais.

A conjuntura política, tecnológica e econômica do País tem impacto direto na estratégia da EBC. Com isso, é necessário adequar-se continuamente aos novos cenários e suas possíveis restrições, sobretudo as orçamentárias.

A EBC adota a metodologia *Balanced Scorecard* – BSC para definição e monitoramento da sua estratégia, por meio dos Objetivos, Indicadores e Projetos Estratégicos.

Nesse sentido, por intermédio do processo de monitoramento, o Planejamento Estratégico de Longo Prazo da EBC (2023-2027) foi atualizado nas Reuniões de Avaliação da Estratégia - RAE, realizadas com a Diretoria Executiva em abril e novembro de 2022.

O resultado das reuniões foi a atualização do Mapa Estratégico, dos Projetos e dos Indicadores Estratégicos, que orientam as ações da Empresa e demonstram os seus resultados, mediante análise dos cenários internos e externos nos quais a EBC está inserida.

No tocante ao Mapa Estratégico, o Objetivo "Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas" foi adequado às novas diretrizes internas, considerando que os resultados dos seus indicadores de desempenho "Distribuição de conteúdo multiplataforma na TV e mais outro veículo" e "Distribuição de conteúdo multiplataforma na Rádio e mais outro veículo" alcançaram as metas estabelecidas, sendo, dessa forma, substituído pelo Objetivo "Aumentar e qualificar a produção de conteúdo".

Segue, ao lado, figura do Mapa Estratégico atualizado após as Reuniões de Avaliação da Estratégia ocorridas durante o ano.



Figura 7 - Mapa Estratégico EBC 2023-2027

Aprovado pela Deliberação DIREX nº 98 de 21/11/2022 e Deliberação CONSAD nº 46, de 25/11/2022.

Fonte: Secex

4. Estratégia de Longo Prazo

Estágio do Planejamento Estratégico

Resultado do monitoramento dos Indicadores Estratégicos

Indicadores Estratégicos: De 2021 / Para 2022 – 1º RAE			
Objetivo Estratégico	De	Para	Observações Gerais
1. Comunicar assuntos relevantes para a sociedade	Posição da TV Brasil no Ranking do Mercado de Atuação	Manteve	-
	Audiência média de público da Rádio Nacional	Audiência média de público da Rádio Nacional FM (DF)	Considerando os traços históricos de desempenho das Rádios EBC e do mercado de FM, houve ajuste nos parâmetros de apuração para melhor representar os resultados das Rádios.
	Audiência média de público da Rádio MEC	Audiência média de público da Rádio MEC FM (RI)	
	Conteúdo Difundido	-	Indicador será aperfeiçoado com a revisão e desenvolvimento de parâmetros de apuração mais adequados e acessíveis.
	Audiência da Agência Brasil	Manteve	-
	Audiência no Facebook - TV Brasil	Quantidade de seguidores das redes sociais	Estará contido no escopo do novo indicador. Melhor apresentação dos resultados, após considerar todos os perfis, e não mais só o da TV Brasil e da TV Brasil GOV.
	Audiência no Facebook - TV Brasil Gov		
Audiência no Youtube - TV Brasil			
2. Ser uma empresa referência em comunicação	Audiência no Youtube - TV Brasil Gov		
	Índice de Contribuição de matérias da Agência Brasil em outros sites	-	Indicador será aperfeiçoado com a revisão e desenvolvimento de parâmetros de apuração mais adequados e acessíveis.
3. Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços	Quantidade de visualizações das matérias da Agência Brasil em outros sites	Manteve	-
	Receita Faturada	-	O novo indicador incluído, tem como foco a representação do ingresso direto dos valores com os serviços prestados, e assim demonstrará o esforço da EBC na captação de novos clientes/ serviços, representando, também, os dois indicadores excluídos.
Valores captados com novos contratos	-		
4. Intensificar a atuação em digital	-	Receita Operacional - Serviços de Comunicação	
	Quantidade de conteúdos disponibilizados na Agência Brasil	Manteve	-
	Quantidade de conteúdos disponibilizados nas Redes Sociais	Manteve	-
	Quantidade de conteúdos disponibilizados no Aplicativo da TV Brasil Play	-	Regras relativas à aquisição e distribuição dos conteúdos no aplicativo influenciam diretamente no resultado deste indicador, inviabilizando a sua mensuração.
	Quantidade de conteúdos disponibilizados na Rádioagência	Manteve	-
	Quantidade de usuários do aplicativo TV Brasil Play	Manteve	-
5. Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas	Quantidade de usuários do aplicativo das Rádios	-	Indicador será aperfeiçoado com a revisão e desenvolvimento de parâmetros de apuração mais adequados e acessíveis.
	Índice de Cobertura da Radiodifusão - TV Digital (Capitais)	Manteve	-
Objetivo Estratégico 6: Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas (CONCLUÍDO)	Índice de Cobertura da Radiodifusão - Rádio FM (Capitais)	Manteve	-
	Distribuição de conteúdos multiplataformas na TV e mais outro veículo	-	Metas planejadas entres 100%
Distribuição de conteúdos multiplataformas na Rádio e mais outro veículo	-		
Objetivo Estratégico 6: Aumentar e qualificar a produção de conteúdo (NOVO)	-	Conteúdo próprio na grade da TV Brasil	Indicador em aperfeiçoamento
Objetivo Estratégico 7: Fortalecer o Posicionamento da Marca	-	Em desenvolvimento	
Objetivo Estratégico 8: Racionalizar os custos	Orçamento discricionário destinado à atividade-fim	Manteve	
	Orçamento executado	-	O orçamento da EBC é impositivo, com isso a meta é executar 100%, o que já está ocorrendo. Dessa forma, o indicador orçamento executado perdeu a finalidade no Planejamento Estratégico. O escopo do indicador "Custos dos Imóveis" será suprido pelo indicador "Despesas Gerais e Administrativas - Serviço de Terceiro". Portanto, a manutenção gera duplicidade.
	Custo dos Imóveis	-	
-	Despesas Gerais e Administrativas - Serviços de Terceiros		
Objetivo Estratégico 9: Investir em tecnologias prioritárias	-	Em desenvolvimento	
Objetivo Estratégico 10: Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas	Índice de Governança (IG-Sest)	Índice de Governança (IG-Sest)	-
	Índice de Sucesso nos Pedidos Contidos em Ações Judiciais	Índice de Sucesso nos Pedidos Contidos em Ações Judiciais	-
	Índice de Capacitação de Competências Críticas	-	O tema competências críticas estará contido no subitem Índice de Governança e Gestão de Pessoas e Índice de capacidade em Gestão de Pessoas, que compõe o indicador IGG. Portanto, a manutenção gera duplicidade.
	-	Indicador de Conformidade Sest (IC-Sest)	



4. Estratégia de Longo Prazo

Estágio do Planejamento Estratégico

Indicadores Estratégicos: De 2022 / Para 2023 – 2ª RAE				
Objetivo Estratégico	DE	PARA	Observação	
1. Comunicar Assuntos Relevantes para a Sociedade	Posição da TV Brasil no Ranking do Mercado de Atuação	Manteve	-	
	-	Audiência média de público das Rádios Nacional FM (DF) e MEC FM (RJ)	-	
	Audiência média de público da Rádio Nacional FM (DF)	-	Unificação dos indicadores com a finalidade de melhor representar os dados. Vigência a partir de 2023.	
	Audiência média de público da Rádio MEC FM (RJ)	-	-	
	Audiência da Agência Brasil	Manteve	-	
2. Ser uma Empresa Referência em Comunicação	Quantidade de visualizações das matérias da Agência Brasil em outros sites	Manteve	-	
	Quantidade de seguidores das redes sociais	-	Indicador movimentado para o objetivo: Intensificar atuação em digital para melhor adequação do escopo e resultados esperados. Vigência a partir de 2023.	
	3. Ampliar as Receitas e o Portfólio de Produtos e Serviços	Receita Operacional – Serviços de Comunicação	Manteve	-
	4. Intensificar a Atuação em Digital	Quantidade de conteúdos disponibilizados na Agência Brasil	Manteve	-
		Quantidade de conteúdos disponibilizados nas Redes Sociais	-	-
Quantidade de conteúdos disponibilizados na Rádioagência		Manteve	-	
Quantidade de usuários do aplicativo TV Brasil Play		Manteve	-	
-	Quantidade de seguidores das redes sociais	-	Indicador movimentado para o objetivo: Intensificar atuação em digital para melhor adequação do escopo e resultados esperados. Vigência a partir de 2023.	
5. Ampliar o Alcance da TV e Rádio, por Meio da Estrutura Própria ou de Afiliadas	Índice de Cobertura da Radiodifusão – TV Digital (Capitais)	Manteve	-	
	Índice de Cobertura da Radiodifusão – Rádio FM (Capitais)	Manteve	-	
6. Aumentar e Qualificar a Produção de Conteúdo	Conteúdo próprio na grade da TV Brasil	-	Incluído na lista dos indicadores em aperfeiçoamento. Vigência a partir de 2022.	
7. Fortalecer o Posicionamento de Marca dos Veículos da EBC	Em desenvolvimento	-	-	
8. Racionalizar os Custos	Orçamento discricionário destinado à atividade-fim	-	O orçamento discricionário não é controlado pela EBC. Com isso, os impactos relativos aos contingenciamentos e cortes não permitem medida de gestão pela Empresa.	
	Despesas Gerais e Administrativas – Serviços de Terceiros	Manteve	-	
9. Investir nas Tecnologias Prioritárias	Em desenvolvimento	-	-	
10. Aprimorar a Gestão Organizacional e de Pessoas	Índice de Governança (IG-Sest)	Manteve	-	
	Indicador de Conformidade Sest (IC-Sest)	Manteve	-	
	Índice de Sucesso nos Pedidos Contidos em Ações Judiciais	Manteve	-	

Tabela 3 - Indicadores Estratégicos: De 2022 / Para 2023 – 2ª RAE ● Inclusão ● Exclusão
Aprovado pela Deliberação CONSAD nº 46, de 25/11/2022

4. Estratégia de Longo Prazo

Vinculação dos Planos da EBC com as Competências Institucionais e Outros Planos

Os Objetivos Estratégicos são agrupados em três perspectivas e interligados por relação de causa e efeito que retrataram os principais desafios a serem enfrentados pela EBC.

A perspectiva de resultados compreendeu as ações que a EBC perseguiu para atender às expectativas das partes interessadas (sociedade, Governo, parceiros e empregados), por meio da perspectiva de processos internos, a qual retrata as ações prioritárias que a EBC buscou para aprimorar seu desempenho e da perspectiva de recursos, que identificou ações e inovações nas áreas de gestão de pessoas, de orçamento, de tecnologia e de comportamento organizacional, necessárias para assegurar o crescimento e o aprimoramento contínuo da Empresa, demonstrando a interligação que há entre as perspectivas e os Objetivos Estratégicos.

As Diretrizes Colegiadas conduziram a elaboração do Plano de Negócios 2022, que constitui a representação anual do desdobramento da estratégia definida pela EBC.

A DIREX definiu e aprovou suas diretrizes, mediante as Orientações Gerais do CONSAD (figura 2), adequadas à realidade orçamentária da EBC, detalhadas ao lado.

O Plano de Negócios 2022 constituiu o desdobramento anual para o alcance da Estratégia de Longo Prazo definida pela EBC e refletiu o planejamento, a priorização e a execução de ações das Plataformas de TV, Rádio e Digital, bem como das áreas de Serviços, Marketing, Negócios, Comunicação, Acervo, Rede, Operações, Engenharia, Tecnologia, Gestão Empresarial e Administração, respeitando as Diretrizes Colegiadas, os Objetivos Estratégicos, a Visão de Futuro e a Missão da Empresa.

CONTEÚDO, PROGRAMAÇÃO E REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

- 1: Priorizar a produção, coprodução e aquisição de conteúdos multiplataformas.
- 2: Estimular a interação nas redes sociais, nas rádios e na TV para proporcionar o engajamento a programação dos veículos.
- 3: Intensificar a distribuição de conteúdo por meio de plataformas digitais para acesso sob demanda.
- 4: Fortalecer o conteúdo jornalístico na programação de todos os veículos.
- 5: Aumentar a disponibilização de conteúdos para o público jovem.
- 6: Estimular a convergência entre as marcas e os conteúdos dos veículos da EBC e a interação com a sociedade.
- 7: Buscar o crescimento da audiência em todos os veículos, sem perder o foco na sua finalidade social.
- 8: Oferecer conteúdos diversos na programação das emissoras de Rádio.
- 9: Fortalecer a comunicação em ondas curtas para oferecer conteúdo informativo na região Norte do País.
- 10: Consolidar a política de gestão de conteúdos do acervo.
- 11: Modernizar linguagem de comunicação do rádio.
- 12: Intensificar a programação regional das Rádios.
- 13: Estabelecer parâmetros para padrão de qualidade de conteúdo.
- 14: Ampliar e fortalecer a Rede Nacional de Comunicação Pública (TV e Rádio) e aumentar a abrangência dos sinais das emissoras por meios de afiliadas.

TECNOLOGIA DE INFRAESTRUTURA E DA INFORMAÇÃO

- 1: Expandir o alcance da TV e das Rádios para as capitais do País que não possuem sinal digital da TV Brasil, das Rádios FM, com possibilidade de aquisição de equipamentos para estabelecimento de novas parcerias com emissoras afiliadas.
- 2: Disponibilizar solução tecnológica para identificação de conteúdos da TV Brasil retransmitidos por emissoras afiliadas.
- 3: Aperfeiçoar plataformas digitais para distribuição de conteúdos com acesso sob demanda.
- 4: Ampliar o mapa de cobertura dos sinais da TV Brasil e das Rádios.
- 5: Modernizar o parque tecnológico desde a captação até a transmissão da TV, das Rádios e da WEB, incluindo equipamentos redundantes.
- 6: Realizar ou aperfeiçoar a automação de processos para aumento da produtividade das atividades.
- 7: Disponibilizar softwares e sistemas para aumento da produtividade das atividades finalísticas e da gestão administrativa.
- 8: Modernizar parque tecnológico de TI.
- 9: Intensificar as ações da Governança Digital.
- 10: Modernizar os Sistemas Corporativos.
- 11: Intensificar estudos dos novos modelos de TV e Rádio Digital.

GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

- 1: Otimizar a alocação dos recursos financeiros, de forma a privilegiar os investimentos nas atividades finalísticas e a redução despesas de custeio.
- 2: Priorizar recursos de investimento para expansão do sinal da TV Brasil e das Rádios.
- 3: Estabelecer o montante de receitas próprias e vinculadas como limite projetado para despesas discricionárias e de pessoal.
- 4: Intensificar o Plano de destinação dos imóveis, com vistas ao aprimoramento da gestão imobiliária e ao estudo sobre eventuais parcerias.
- 5: Intensificar ações de mitigação do contencioso.
- 6: Mapear os processos da Cadeia de Valor, com vistas a aprimorar a gestão, otimizar a alocação de recursos e mitigar riscos.
- 7: Consolidar linhas de capacitação voltadas para atendimento dos interesses institucionais e de valorização dos empregados.
- 8: Promover o redimensionamento da força de trabalho.
- 9: Fortalecer os processos de governança, de modo a implementar melhores práticas de mercado e maior nível de excelência.
- 10: Prospeccionar e implantar outorgas de Rádio de AM para FM.
- 11: Intensificar ações de *endomarketing* e Parceiro de Negócio.
- 12: Otimizar o fluxo de contratação de aquisições e serviços.
- 13: Fortalecer o critério de meritocracia na Empresa.
- 14: Ampliar a análise da audiência dos veículos da EBC.
- 15: Estabelecer padrão de qualidade de atendimento (Acordo de Nível Serviço) entre unidades internas (clientes x fornecedores).
- 16: Intensificar as ações de Marketing e de divulgação da marca e de produtos e serviços da EBC.
- 17: Inovar e intensificar a prestação de serviço de radiodifusão.
- 18: Implementar ações para digitalização do acervo com recursos próprios, conforme disponibilidade orçamentária.

5. Análise do Desempenho Anual da Estratégia - Plano de Negócios 2022

No Plano de Negócios 2022, foram definidos **74 Planos de Ações** com vistas a contribuir para o alcance da estratégia estabelecida pela EBC e dos resultados pretendidos. Dos 74 Planos de Ações, 3 foram cancelados por indisponibilidade orçamentária e os outros 71 apresentaram o percentual médio de execução de 94% das atividades previstas para o ano.

Esses planos foram vinculados aos Objetivos Estratégicos, conforme a tabela abaixo:



Figura 9 - Total de Planos de Ações e média de execução

Objetivo Estratégico*	Total de Planos de Ações	Média de execução das ações vinculadas ao Objetivo Estratégico
Racionalizar os custos	2	100%
Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços	6	99%
Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio de estrutura própria ou de afiliadas	2	99%
Fortalecer o posicionamento de marca dos veículos da EBC	3	97%
Intensificar a atuação em digital	6	97%
Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas	9	95%
Investir nas tecnologias prioritárias	3	94%
Aumentar e qualificar a produção de conteúdo	40	91%
Total Geral	71	94%

Tabela 4 - Objetivos Estratégicos x Planos de Ações x % de execução

*Obs.: Os 2 objetivos de resultado não possuem planos de ações vinculados. Seus resultados são atingidos por meio dos demais objetivos.

5. Análise do Desempenho Anual da Estratégia - Plano de Negócios 2022

Os Objetivos 1 e 2 da Perspectiva de Resultados são sustentados pelos demais Objetivos Estratégicos do Mapa, conforme a metodologia do *Balanced Scorecard* – BSC, adotada na EBC, razão pela qual não há Planos de Ações vinculados a eles.

Objetivo Estratégico 1:
Comunicar assuntos relevantes para a sociedade

A EBC será relevante para a sociedade com conteúdos educativos, artísticos, culturais, informativos, atrativos, e de fácil acesso.

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Posição da TV Brasil no Ranking do Mercado de Atuação	Ranking	9ª	5ª	9ª
Audiência média de público da Rádio Nacional FM (DF)	Milhares (Ouvintes por minutos)	2,0	2,0	2,4
Audiência média de público da Rádio MEC FM (RJ)	Milhares (Ouvintes por minutos)	4,3	3,5	4,3
Audiência da Agência Brasil	Usuários Únicos (Milhões)	70,8	55,2	50,9
Quantidade de seguidores das Redes Sociais	Seguidores (Milhões)	6,0	6,6	7,0

Tabela 5 - Resultado Indicadores Estratégicos

Obs.: Em 2022, o indicador "Audiência média de público da Rádio Nacional" passou a considerar apenas FM DF e "Audiência média de público da Rádio MEC" apenas FM RJ.

Objetivo Estratégico 2:
Ser uma empresa referência em comunicação

A EBC será uma das principais fontes de conteúdos para as organizações de comunicação, de modo que sejam amplamente disseminados.

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Quantidade de visualizações das matérias da Agência Brasil em outros sites	Visualizações (Milhões)	130	340,4	120

Tabela 6 - Resultado Indicadores Estratégicos

Objetivo Estratégico 3: Ampliar as Receitas e o Portfólio de Produtos e Serviços

A EBC fortalecerá sua comunicação por meio de oferta de produtos e serviços diversificados e de qualidade, visando cumprir seu papel social e ampliar suas receitas.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO



Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Receita Operacional – Serviços de Comunicação	R\$ (Milhões)	36,4	48,5	38,0

Tabela 7 - Resultado Indicadores Estratégicos

NEGÓCIOS E PUBLICIDADE LEGAL

Principais destaques

- Celebração de novos contratos de receita de prestação de Serviços de Comunicação: Ministério da Justiça e Segurança Pública, Ministério das Relações Exteriores e Centro de Inteligência da Marinha, assim como, a renovação de 12 contratos já existentes;
- Licenciamentos não onerosos realizados com as empresas de DOOH: JCDecaux, Insight, Mídia24horas, MobTV e RZK Mídia Digital;
- 73 campanhas de Publicidade Institucional veiculadas; e
- 160 termos de licenciamento de conteúdo dos veículos EBC firmados. Destaque para a captação de campanha avulsa do cliente Ministério do Turismo. A partir dessa negociação, além da receita gerada, foi possível garantir para a TV Brasil o direito de exibir, sem ônus, a série *Cidades Criativas*, exclusiva desse Ministério, que rendeu recordes de audiência para o período.

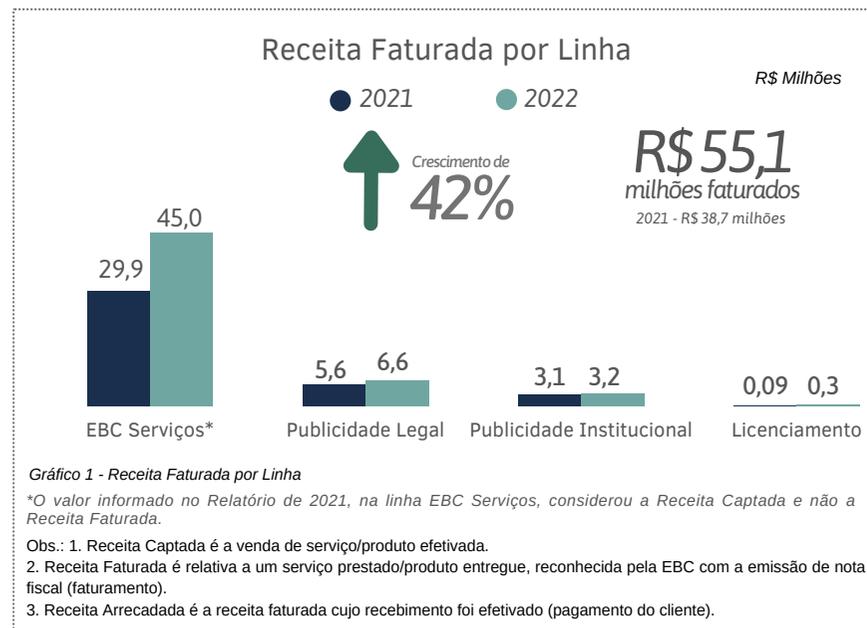
SERVIÇOS

Principais destaques

Os serviços abaixo listados foram prestados pela EBC, em atendimento às ordens de serviços:

- 184 transmissões ao vivo de eventos da Presidência da República;
- Cobertura de 92 viagens do Presidente da República;
- 150 autoridades entrevistadas no programa *A Voz do Brasil* e 35 no *Brasil em Pauta*;
- 246 edições produzidas do telejornal *Brasil em Dia* e 241 do radiojornal *A Voz do Brasil*;
- Entrega de novo produto aos clientes: o *Boletim de Notícias*;
- Cobertura da COP27, com entradas ao vivo nos jornais e matérias para a TV Brasil 2, *A Voz do Brasil* e Redes Sociais;
- 9 contratos assinados/renovados de prestação de serviço de monitoramento de mídia;

- Cerca de 4 horas de transmissão do desfile de 7 de Setembro, que conquistou audiência recorde da TV Brasil no DF, mantendo a 1ª posição por quase 1 hora;
- Produção de longa-metragem documental sobre a Ilha de Marajó/PA para o Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos - MMFDH. Foram entregues, também, a esse Ministério 3 webséries, com cinco episódios cada;
- Produção para Dataprev de websérie em formato documentário sobre os 48 anos do órgão;
- Cerca de 48 mil matérias de telejornais, jornais e revistas, disponibilizadas no site Clipping EBC;
- 254 edições produzidas de relatórios de telejornais em Power BI, além do envio de alertas por WhatsApp, serviço amplamente utilizado pelos clientes, que recebem em tempo real notícias sobre os fatos mais importantes destacados nos portais e blogs, de acordo com seu interesse; e
- 365 edições do *O Bússola* de Jornais enviadas aos clientes (produção diária e feita a partir da edição impressa de jornais).



Objetivo Estratégico 4: Intensificar a atuação em digital

A EBC disponibilizará conteúdos, nas plataformas digitais, para aumentar sua visibilidade de maneira econômica.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO

97%

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Quantidade de conteúdos disponibilizados na Agência Brasil	Conteúdos (Milhares)	26,5	30,4	26,5
Quantidade de conteúdos disponibilizados nas Redes Sociais	Conteúdos (Milhares)	60,9	66,1	60,9
Quantidade de conteúdos disponibilizados na Radioagência	Conteúdos (Milhares)	7,7	9,6	8,6
Quantidade de usuários do aplicativo TV Brasil Play	Usuários no período (Milhares)	431,0	422,3	431,0

Tabela 8 - Resultado Indicadores Estratégicos

DIGITAL E SOCIAL MEDIA

Principais destaques referente à Social Media / Principais Destaques referente à Agência Brasil

- Agência Brasil: 99,3 milhões de visualizações de página; 77,2 mil usuários ativos por um dia e 550,1 mil usuários ativos por sete dias no site. Conteúdos relativos às Eleições tiveram maior visualização. O dia 30 de outubro, data do segundo turno das Eleições, registrou o pico anual de visualizações de página e de usuários, 5,4 milhões e 2,6 milhões, respectivamente;
- Lançamento da Rádio Nacional no Instagram;
- Site das Rádios: 3,8 milhões de visualizações na página e 1,6 milhão de usuários;
- Radioagência: mais de 6,9 milhões de visualizações, 9,6 mil publicações, 486,8 mil downloads de conteúdos e 1,6 milhão de *players*;
- 3 milhões de visualizações e 2,8 milhões de usuários no site TV Brasil;
- Mais de 16 milhões de minutos consumidos no aplicativo TV Brasil Play, sendo a novela *A Terra Prometida* o conteúdo mais assistido, seguido da novela *Os Imigrantes*;
- Mais de 1 milhão de minutos visualizados no App TV Brasil Play no final da novela *Os Dez Mandamentos*; 42 mil visualizações com mais de 30 segundos; 190 mil visualizações de página no site TV Brasil, nos conteúdos relacionados a novela;
- Execução de peças da cobertura da 24ª *Surdolimpíadas*, do *Mundial Sub-20* e para a ação Maratona Ouvidoria;
- Mais de 20 mil contas alcançadas por meio de conteúdo, no formato *reels*, do especial para o Dia dos Povos Indígenas; e
- 17,1 milhões de *views* no Youtube da TV Brasil Gov (TV Brasil 2), nas postagens referentes à participação de ministros, ao vivo, no programa *A Voz do Brasil*.

Digital e Social Media 2021 x 2022*



Fonte: Gerência de Pesquisa, Análise de Audiência e Desempenho das Plataformas Digitais/ DIGER.



Figura 10 - Digital e Social Media 2021 x 2022*

*Para os principais destaques de 2022, foram utilizados parâmetros diferentes dos utilizados em 2021, tais quais: o parâmetro visualizações e impressões da Rádio Nacional; pessoas alcançadas da Rádio MEC; usuários e *players* da Radioagência; e seguidores nas Redes Sociais da EBC não foram contemplados em 2021, respeitadas as orientações e vedações da legislação eleitoral. No que tange ao Twitter e ao Facebook, foi disposto "impressões" ao invés de "seguidores". No Instagram, disposto "pessoas alcançadas" ao invés de "seguidores". Por fim, no YouTube da Agência Brasil e da TV Brasil Gov (TV Brasil 2), foram dispostos "visualizações" ao invés de "inscritos". Ressalta-se que esses destaques não têm vinculação direta com os Indicadores Estratégicos.

Objetivo Estratégico 5: Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas

As plataformas de TV e de Rádio serão mais efetivas. Os custos serão otimizados e a ampliação do alcance ocorrerá por meio próprio e pelo fortalecimento das parcerias e da Rede Nacional de Comunicação Pública e dos Canais Executivos e multiprogramação.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO

99%

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Índice de Cobertura da Radiodifusão – TV Digital (Capitais)	Unidades	23	26	25
Índice de Cobertura da Radiodifusão – Rádio FM (Capitais)	Unidades	16	21	20

Tabela 9 - Resultado Indicadores Estratégicos

REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA - TV

Principais destaques

- Lançamento dos Canais Educação e Libras, que buscam universalizar a educação e aumentar a taxa de alfabetização, além de capacitar professores e profissionais da educação. A grade de programação do Canal Educação conta com mais de 15h diárias de conteúdos prospectados e disponibilizados pela RNCP/TV;
- 580 novos canais outorgados à EBC, por meio do Programa Digitaliza Brasil, o que representa o alcance médio de 7,1 milhões de novos potenciais telespectadores, com acesso à multiprogramação da TV Brasil;
- 9 novos contratos de afiliação assinados em 2022: TV Prevê - Bauru/SP; Nova TV Serrana - Botucatu/SP; TV Mais Família - Campinas/SP; RBI TV - Brasília/DF; TV UFMS - Campo Grande/MS; TVE MS/FERTEL - Campo Grande/MS; TV Sagres - Três Marias/MG; TV Caraça - Santa Bárbara/MG; e TV Carajás - Campo Mourão/PR. Atualmente com 63 emissoras operando e transmitindo o sinal da TV Brasil em todas as regiões do País;
- Realizadas a 1ª Reunião da RNCP com as afiliadas para apresentação de resultados e a 2ª Reunião para a apresentação da Nova Grade de Programação da TV Brasil 2022;
- Fortalecimento da infraestrutura das afiliadas, por meio de cessão de equipamentos de radiodifusão, o que proporcionará melhores condições para a retransmissão dos conteúdos gerados pela EBC e produzidos localmente;
- Assinatura dos contratos de compartilhamento de infraestrutura excedente em São Paulo/SP e no Rio de Janeiro/RJ, nas localidades Parelheiros/SP, Pico do Jaraguá/SP e Mendanha/RJ, permitindo atingir novos telespectadores com os sinais da TV Brasil, TV Brasil 2, Canal Educação e Canal Saúde;
- Cerca de 140 horas de conteúdo regional das afiliadas da Rede exibidas na grade de programação da TV Brasil; e
- Cerca de 2,8 mil horas de conteúdo regional das afiliadas da Rede exibidas na grade de programação no Canal Educação.

REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA - RÁDIO

Principais destaques

- 5 contratos de Rádio FM nas capitais firmados em 2022: Rádio Universidade FM/UFMA, São Luís do Maranhão/MA; Rádio Parahyba, João Pessoa/PB; Rádio Universitária UFG, Goiânia/GO; Rádio Nova FM, Cuiabá/MT; e Rádio FM Cultura, Porto Alegre/RS;
- Assinado acordo de cooperação da RNCP/Rádios com: o Sistema Encontro das Águas para implementação da comunicação que alcançará mais de 20 municípios do Amazonas/AM; a Fundação Canal 20 para operação da Rádio CATVE FM, em Foz do Iguaçu/PR, frequência 91.7 FM; a Secretaria de Comunicação de Mato Grosso; a Prefeitura Municipal de Queimada Nova/PI; a Empresa Pernambuco de Comunicação – EPC; e a Rádio Cultura de Porto Alegre/RS;
- Aprovação do Termo de Uso para efetivação do projeto de integração da Rede Nacional de Rádio à Rede Nacional de Comunicação Pública de Rádio;
- Lançamento da nova página da Rede Nacional de Rádio que integra emissoras cadastradas à Rede Nacional de Comunicação Pública de Rádio; e
- Divulgação do Centenário do Rádio no Brasil, que contou com conteúdos especiais produzidos pela EBC, do espetáculo Centenário do Rádio no Brasil, direto do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, do Festival de Música da Rádio Nacional e do Rádio MEC e evento cívico em comemoração ao Bicentenário da Independência, junto às afiliadas.

Principais destaques



Figura 11 - % de cobertura e média da população coberta
Dados baseados no Censo IBGE 2010
Fonte: Progira.



Emissoras próprias e afiliadas por Região

63 emissoras, sendo 26 capitais

REGIÃO	QTDE.	ESTADO	CIDADE	EMISSIONA
NORTE	1	AM	Manaus	TV Encontro das Águas
	2	RR	Boa Vista	TVU de Roraima
	3	TO	Palmas	TV UFT
	4	RO	Porto Velho	TV UNIR
	5	AP	Macapá	TV UNIFAP
	6	PA	Belém	FUNTELPA
NORDESTE	7	BA	Salvador	TVE Bahia
	8	BA	Feira de Santana	TV Feira
	9	CE	Fortaleza	TV Ceará
	10	PB	João Pessoa	TV UFPB
	11	PE	Recife	TVU Recife
	12	PI	Teresina	TV Antares
	13	RN	Natal	TV UFRN
	14	AL	Maceió	TV UFAL
	15	MA	São Luís	TV BRASIL EBC*
	16	SE	Aracaju	TV UFS
	17	PE	Caruaru	TV Pernambuco – EPC
CENTRO-OESTE	18	DF	Brasília	TV BRASIL EBC*
	19	MT	Cuiabá	TV Universidade
	20	GO	Goiânia	TV UFG
	21	MS	Campo Grande	TVE MS - Fertel
	22	MS	Campo Grande	TV UEMS
	23	GO	Bom Jesus de Goiás	TV Bom
	24	GO	Jataí	TV Sudoeste
25	DF	Brasília	RBI	
SUDESTE	26	RJ	Rio de Janeiro	TV BRASIL EBC*
	27	SP	São Paulo	TV BRASIL EBC*
	28	MG	Belo Horizonte	Rede Minas
	29	ES	Vitória	TV Guarapari
	30	ES	Guarapari	TV Guarapari
	31	MG	Minas Gerais	TV Andradas
	32	MG	Juiz de Fora	TV Diversa
	33	MG	Três Marias	Rede Sagres
	34	MG	Poços de Caldas	TV Plan
	35	MG	Santa Bárbara	TV Caraça
	36	SP	Campinas	Rede Mais Família
	37	SP	Andradina	SRC TV
	38	SP	Sertãozinho	STZ TV
	39	SP	Rio Claro	TV Claret
	40	SP	Mogi Guaçu	TV do Vale de Mogi Guaçu
	41	SP	Matão	TV Matão
42	SP	Araraquara	TV Morada do Sol	
43	SP	Araras	Rede Conecta	
44	SP	Várzea Paulista	TV Rede Paulista	
45	SP	Votuporanga	TV UNIFEV	
46	SP	Cubatão	TV Unisantos	
47	SP	São Paulo	TV MEGA	
48	SP	São Carlos	TVE São Carlos	
49	SP	Birigui	TV Noroeste	
50	SP	Bauru	TV Prevê	
51	SP	Catanduva	Nova TV	
51	SP	Botucatu	TV Serrana	
SUL	52	RS	Porto Alegre	TVE RS
	53	PR	Curitiba	TV Paraná Turismo
	54	SC	Florianópolis	TV UFSC
	55	SC	Araranguá	TV Sul Catarinense
	56	SC	Itajaí	TV Brasil Esperança
	57	SC	Rio do Sul	Rede Bela Aliança
	58	SC	Criciúma	RTV Criciúma
	59	PR	Ivaiporã	TV Humaitá
	60	PR	Francisco Beltrão	TV Beltrão
	61	PR	Colorado	TV Alvorada
	62	PR	Curitiba	Rede Mundial
	63	PR	Campo Mourão	TV Carajás

Tabela 10 - Emissoras próprias e afiliadas por Região

Obs: Os itens destacados em verde são capitais.

*Emissoras Próprias

Principais destaques



Emissoras próprias e afiliadas por Região

34 emissoras, sendo 21 capitais

24,6% da população brasileira coberta com sinal FM das Rádios EBC



Média da População coberta

46,9 mi

Figura 12 - % de cobertura e média da população coberta

Dados baseados no Censo IBGE 2010

Fonte: Progira.

REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA - RNCP/RÁDIO				
REGIÃO	QTDE.	ESTADO	CIDADE	EMISSORA
NORTE	1	AP	Macapá	Rádio Universitária FM
	2	AM	Manaus	Rádio Marinha - Manaus
	3		Rádio Encontro das Águas	
	4		Palmas	Rádio UFT FM
	5	RR	Boa Vista	Rádio Universitária
	6	AC	Rio Branco	Rádio Aldeia FM
	7	PA	Belém	Rádio Marinha - Belém
	8	AM	Tabatinga	Rádio Nacional do Alto Solimões*
NORDESTE	9	SE	Aracaju	Rádio UFS FM
	10	RN	Natal	Rádio Marinha - Natal
	11	PI	Teresina	Rádio UFPI
	12	PI	Queimada Nova	Rádio Queimada Nova FM
	13	PE	Recife	Empresa Pernambuco de Comunicação
	14	PB	João Pessoa	Rádio Parahyba
	15	MA	São Luís	Rádio Nacional FM*
	16		São Luís	Rádio Universidade FM
CENTRO-OESTE	17	DF	Brasília	Rádio Nacional FM*
	18		Brasília	Rádio MEC FM*
	19	GO	Goiânia	Rádio Universitária UFG
	20	MS	Campo Grande	Rádio UFMS
	21	MT	Cuiabá	Rádio Nova FM
	22	MS	Corumbá	Rádio Marinha - Corumbá
	23	DF	Sobradinho	Rádio Força Aérea - Brasília
SUDESTE	24	MG	Belo Horizonte	Rádio UFMG Educativa
	25		Belo Horizonte	Empresa Mineira de Comunicação
	26	RJ	Rio de Janeiro	Rádio UFRJ
	27		Rio de Janeiro	Rádio Nacional*
	28		Rio de Janeiro	Rádio MEC FM*
	29	SP	São Paulo	Rádio Nacional FM*
30	RJ	São Pedro da Aldeia	Rádio Marinha - São Pedro da Aldeia	
SUL	31	PR	Curitiba	Rádio Paraná Educativa
	32	RS	Porto Alegre	Rádio FM Cultura
	33	PR	Foz do Iguaçu	Rádio CATVE FM
	34	RS	Santa Maria	Rádio Uni FM

Tabela 11 - Emissoras próprias e afiliadas por Região

Obs: Os itens destacados em azul são capitais.

*Emissoras Próprias

ENGENHARIA

Principais destaques

- Licenciamento das estações de Rádio FM em São Luís/MA, Tabatinga/AM, Brasília/DF (parceria com Aeronáutica), Teresina/PI, Boa Vista/RR, São Cristóvão/SE, Macapá/AP, Contagem/MG e Santa Maria/RS; Recife/PE; Rio de Janeiro/RJ; Campo Grande/MS; Palmas/TO;
- Licenciamento das estações de TV Digital em Brasília/DF (torre central), Boa Vista/RR, Feira de Santana/BA, Coari/AM, Humaitá/AM, Tabatinga/AM, Tefé/AM, Cuiabá/MT, Novo Airão/AM, Careiro/AM, Manaquiri/AM, Rio Preto da Eva/AM, Autazes/AM, Presidente Figueiredo/AM e Silves/AM; Palmas/TO; Marília/SP (Aumento de Classe); Maués/AM; Boca do Acre/AM; Lábrea/AM;
- Licenciamento e implantação da estação de TV digital em Mossoró/RN e em Aracaju/SE; implantação do sistema de transmissão de TV Digital, em Feira de Santana/BA; e implantação do transmissor reserva de TV Digital na torre de TV, em Brasília/DF;
- Projetos apresentados de 32 estações de TV Digital e Rádio para operação da parceira Encontro das Águas/AM;
- Instalações realizadas: antena reserva da rádio FM; antena de transmissão da rádio 87,1 FM; novo transmissor de 30k da MEC FM; rádio enlace da torre de TV para Rodeador, Brasília/DF; novo transmissor de TV da cidade do Gama/DF; transmissor reserva na Torre Digital, em Sobradinho/DF; e
- Início do projeto de telemetria das parceiras com o transmissor da EBC.



Objetivo Estratégico 6: Aumentar e qualificar a produção de conteúdo

A definição dos conteúdos levará em consideração, principalmente, o interesse da sociedade. Além disso, será observada a produção e distribuição de maneira integrada nas diferentes plataformas.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO



Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2022*	Meta 2022
Em aperfeiçoamento*	-	-	-

Tabela 12 - Indicador em aperfeiçoamento

TRANSVERSAIS

Principais destaques

Principais coberturas que foram destaques nos veículos EBC (TV Brasil; Rádios; Agência Brasil; Radioagência; Redes Sociais):

- Eleições 2022 (cobertura do 1º e do 2º turno, com links das Zonas Eleitorais, do TJ-RJ e Estúdio Glass; produção de especiais temáticos; agenda dos candidatos à Presidência da República; e pílulas com informações de serviço eleitoral); Covid-19 (Vacinação, diminuição de casos, fim do Passaporte Vacinal, reabilitação, fim da obrigatoriedade do uso de máscaras); Pautas econômicas; Guerra entre Rússia e Ucrânia; Temporadas de chuvas e inundações na Bahia/BA, em Minas Gerais/MG, em Pernambuco/PE, no Rio de Janeiro/RJ e em Santa Catarina/SC; morte do congolês Moïse; mutirões para renovação de CNHs; previsão do tempo e situação das rodovias; acidente nos Cânions de Capitólio/MG; erupção do Vulcão Tonga; inauguração do Núcleo de Controle Operacional da Transposição; ato de liberação das águas do Rio São Francisco; obras na Barragem de Oiticica/RN; chegada das águas do Rio São Francisco ao Rio Grande do Norte/RN; Inauguração do Núcleo de Controle Operacional da Transposição; Morte da Rainha Elizabeth II; Carnaval Rio de Janeiro e São Paulo; chegada da internet 5G no País; cerimônia de Lançamento do Canal Educação e do Canal Libras; Bicentenário da Independência; Enem 2022; Morte do Pelé; Posse Presidencial; Governo de Transição; dentre outras.

TELEJORNALISMO

Principais destaques

- Principais coberturas: cursos gratuitos de especialização; vagas de emprego; Eleição presidencial na França; Cúpula das Américas; Complexo da Penha; Cracolândia; Varíola dos Macacos; Prisão do anestesista que abusava das suas pacientes; 4º caso de cura do HIV no mundo; Dez anos da Lei de Cotas; passagem do furacão Ian nos EUA; campanha de vacinação contra a poliomielite; entrevistas do programa *A Voz do Brasil* com divulgação de serviços do Governo Federal para a população; Gabinete de Transição e as negociações sobre PEC da transição; 27ª Conferência do Clima da Organização das Nações Unidas; Novembro Azul; mortes de Gal Costa, Rolando Boldrim e Erasmo Carlos; 15 anos da TV Brasil, *do Repórter Brasil*, e a consolidação da TV Brasil na 5ª posição no ranking de audiência das TVs abertas do País; eleições legislativas nos EUA; tentativa de golpe do presidente do Peru; celebração da canonização Irmã Dulce (BA); Outubro Rosa; 120 anos de Carlos Drummond de Andrade; Prêmio Nobel; Dia das crianças; programas sociais como Auxílios Brasil, Gás, Taxi e Caminhoneiros; Crise Política e Econômica no Reino Unido; Bloqueios de Rodovias pelo Brasil; Grupo dos 20 – G20; Semana da Consciência Negra; 70 anos do BNDES; Retrospectiva de 2022 de acontecimentos internacionais;

*Indicador em fase de estudo e levantamento de dados.

- Estreias: Riquezas da Nossa Terra, do novo *Caminhos da Reportagem*; quadro "Fique Ligado" no telejornal *Repórter Rio*; quadro #TBT no *Repórter DF*; quadros "Viralizou" e "Notícia Boa", ambos no *Repórter – RJ*;
- Premiações 2022: 2º e 3º lugar do 9º Prêmio Sebrae de Jornalismo para o *Caminhos da Reportagem*, com os episódios "Gastronomia da Solidariedade" e "Negócios de Impacto", respectivamente, que mostram iniciativas de fortalecimento dos pequenos negócios e foram classificadas na categoria Jornalismo em Vídeo na etapa estadual; o programa *Caminhos da Reportagem* foi duplamente vencedor da 4ª edição do Prêmio NHR Brasil de Jornalismo na categoria telejornalismo com o episódio "Hanseníase - Marcas do preconceito" e na categoria especial DTNs com o "Doença de chagas e Leishmaniose: retrato do descaso", esse mesmo episódio ficou em 3º lugar no Prêmio AMRIGS de Jornalismo 2022, uma iniciativa da Associação Médica do Rio Grande do Sul (AMRIGS), que reconhece trabalhos jornalísticos no setor de saúde;
- Parcerias realizadas para produção de séries e episódios do *Caminhos da Reportagem* com: EUROsociAL+; DNDi (Iniciativa Medicamentos para Doenças Negligenciadas); Ministério da Defesa e Casa Civil; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE; Enex-TV de Dubai; TV Feira de Santana; colaborações internas do Núcleo de Programas Especiais com a Agência Brasil;
- Séries de reportagens destaques: Vivendo Mais e Melhor; Enfrentando Burnout; Operação Acolhida; Doenças Tropicais; Calha Norte; Fiocruz; Aniversário de 62 anos de Brasília;
- Mais quadros de serviço e cultura no telejornal *Repórter – RJ*; e
- Gravação do episódio "Energia Nuclear: para que serve?", para a Comissão Nacional de Energia Nuclear – CNEN.

ESPORTE

Principais destaques

- Coberturas: *Surdolimpíadas*; *Campeonato sul-americano de ginástica de trampolim*; Etapa brasileira do *mundial de surfe*; *Fórmula 4*; *Copa do Mundo Catar* (preparação da Seleção Brasileira para a Copa; jogos e comportamento da torcida brasileira; realização do "tempo real" dos jogos da seleção Brasileira no site da Agência Brasil e produção de matérias especiais para a Agência Brasil, Rádio Nacional e TV Brasil); séries A e B do *Campeonato Brasileiro* de futebol masculino; decisão da *Copa do Brasil*; final da *Copa Libertadores da América*; *Jogos Sul-americanos de Assunção 2022*; eventos do Centro de Treinamento Paralímpico; *Mundial de Ginástica Artística de Liverpool*;
- Mais de 140 horas de contribuição para a programação da TV Brasil (programas esportivos e conteúdos para os telejornais);
- 143 partidas de futebol transmitidas e 752 boletins esportivos disponibilizados para a programação da Rádio Nacional;
- 2.581 matérias e 47 colunas produzidas para a editoria de esporte da Agência Brasil;
- Contribuição de 1.681 conteúdos para os telejornais na TV Brasil; e
- Produção de conteúdo esportivo exclusivo para as Redes Sociais da EBC, com chamadas para a programação da TV Brasil.

PROGRAMAÇÃO

Principais destaques

- Estreias: novelas *A Terra Prometida* e *Os Imigrantes*; série *Rotas da Independência* e programa *Sabor e Afeto*, em parceria com a Rede Minas; programas *Visite Paraná*, da emissora Paraná Turismo; 1ª Temporada da série *Soldado de Caxias* (Exército), 1ª Temporada da série *Os Federais*, série *Tunadas*, série *Belle Époque - Fazendas Históricas*, série *Imortais da Academia*, série *Geekland* e Trilogia Roberto Carlos; Canal Libras, com distribuição via *streaming*, que oferece uma programação totalmente voltada para a população surda; Canal Educação, transmitido em televisão aberta nas praças de Brasília/DF, do Rio de Janeiro/RJ, de São Luís/MA e São Paulo/SP, no canal 3 da multiprogramação da TV Brasil e distribuído, via satélite, para todo Brasil e operadoras de TV fechada;
- Celebração do Bicentenário da Independência, com a série dramática *Brasil Imperial* e interprogramas sobre temas históricos relacionados à Independência do Brasil;

- Exibições da produção do *Bicentenário da Justiça*, em parceria com o Ministério da Justiça, e do *Brasil Independente*, em parceria com o Ministério da Educação;
- Exibição dos especiais na grade de programação da TV Brasil: *Torneio Internacional Sub-20*; *Amazonas Green Festival*, produzido pela TV Encontro das Águas; e o show do artista Ricardo Teaser (sósia de Michael Jackson), coproduzido pela EBC e TV Cultura do Pará; Correção das Provas no programa *Caiu no Enem*; Especial de Natal e Ano Novo;
- Transmissão do *Torneio Internacional de Futebol do Espírito Santo*, em parceria com a TV Guarapari/ES, que contou com a participação das seleções do Brasil, Uruguai, Equador e Paraguai. A TV Brasil transmitiu as 6 partidas, ao vivo, pelo canal TV Brasil 2 da multiprogramação, e a partida final entre Brasil e Uruguai, transmitida pelo canal principal; e
- Exibição, na semana do carnaval, de programação temática especial com filmes musicais dos anos 50 e 60.

PRODUÇÃO

Principais destaques

- Estreias: série *Nossos Biomas*; nova temporada dos programas *Cena Instrumental*, *Fortes do Brasil*, *Meu Pedaco do Brasil*, *Sem Censura* em SP, *Agro Nacional*; *Canto e Sabor do Brasil* e série de interprogramas *Brasil em Rede*; série *Soldado de Caxias*;
- Exibição dos musicais *Carioca da Gema* e *Dona Ivone Lara - Um sorriso negro*, na Semana da Consciência Negra;
- Parcerias realizadas: Canal Rural, para produção da nova temporada do programa *Agro Nacional*; Polícia Federal, para produção da série *Os Federais*;
- Programa *Agro Nacional* finalista da premiação “Os + Admirados da Imprensa do Agronegócio”, promovida pelo Jornalistas&Cia;
- Produção dos especiais: Tributo ao Rei do Pop; *Anima Game*, com o repertório de trilhas sonoras marcantes de jogos Mario Bros e Pokémon;
- Produções para o Canal Educação: cobertura do Congresso Internacional e Seminário Nacional do INES – COINES e da Conferência Nacional de Educação - CONAE; *Nem Te Conto!*, série de programas gravados em escolas públicas com alunos e técnicos do MEC sobre o Novo Ensino Médio; *Conta pra Mim!*, série de contação de histórias infantis de domínio popular; Assédio sexual nas escolas, videoaulas em que procuradores federais falam sobre os aspectos legais, administrativos e de combate ao assédio em unidades de ensino; e *Leiturinha*; e
- Estreias no Canal Educação: *Cápsula da Educação*; *Falas da Educação - Especial Energia Nuclear*; *Bate papo em Libras - Especial Surdolimpíadas*; *MEC em Ação*; *Grapho Game*; 1ª e 2ª temporadas dos programas de entrevista *Bate-Papo em Libras* e *Falas da Educação*; 1ª temporada da série infantil *Grapho Play*; documentários *Eu, professor*, em comemoração ao dia do professor e 165 Anos do INES, em celebração ao aniversário do Instituto Nacional de Surdos; 1ª temporada da série documental/reality *Será que sirvo pra isso?*.

AQUISIÇÃO DE CONTEÚDOS E PARCERIAS

Principais destaques

- Disponibilizados para a grade de programação: 3 filmes nacionais protagonizados por Roberto Carlos; 115 horas de conteúdo infantil;
- Estreia de 20 horas de conteúdos adquiridos;
- 28 obras prospectadas, totalizando 1.049 episódios com duração aproximada de 19 horas para os canais Libras e Educação de coproduções com a EBC, conteúdos gratuitos e de exibição perpétua;
- Contratos assinados: *Surdolimpíadas* e transmissões do evento no Canal Libras; termo de autorização para uso de imagens da *Copa 2022*; filme *Crisálida* e os filmes nacionais do catálogo da distribuidora Vitrine Filmes e da produtora Contém Conteúdos (Gioconda); além das séries: *Galinha Pintadinha*, *Legado de Pitágoras*, *Matemática e o Início da Civilização*, *Min e as Mãozinhas*, *Minuto Libras*, *Mentes Brillhantes* e *Cozinhando em Libras*; e
- Estreias das Séries: *Geohunters 2*; *Terra Brasil*; *Receitas Brasil*; *Belle Époque e as Fazendas Históricas*; *Geekland*; *Imortais da Academia*; *Tunadas*.

ARTE E CRIAÇÃO

Principais destaques

- Produção e entrega dos cenários para: programas esportivos da TV Brasil e de canais do Ministério da Educação, no Rio de Janeiro; programas *Agro Nacional* e *Sem Censura*, na praça São Paulo/SP; e cenário digital e pacote gráfico do programa *Grapho Play*; para o programa *Brasil em Pauta* da TV Brasil, e do *Conta pra Mim* do Canal a Educação;
- Nova identidade visual dos programas esportivos da TV Brasil;
- Elaboração das artes, vinhetas e pacotes gráficos para os especiais produzidos para TV Brasil;
- 100% das solicitações de maquiagem e de penteado atendidos entre as 3 praças da EBC;
- 1.485 infográficos animados para programas da DIJOR e da DICOP; e
- Videografismo: criação das marcas dos canais Educação e Libras, bem como toda a produção do *on air*, com vinhetas de aberturas de programas, chamadas e promos; Nova identidade visual e criação do pacote gráfico dos programas *Estádios Históricos* e *Nos Caminhos dos Viajantes* da TV Brasil.

RÁDIO NACIONAL

Principais destaques

- Rádio Nacional FM: Comemoração dos 46 anos da emissora; estreia dos programas *Samba na Gamboa* e *Canto e Sabor do Brasil*; Lançamento do *Festival de Música 100 Anos de Rádio no Brasil*; Reorganização da programação da madrugada em faixas musicais: Rock Brasil, Flashback e Música de Raiz; Aumento da participação do ouvinte, com escolha das músicas por WhatsApp, em um programa específico de uma hora durante a semana e de duas horas no sábado; Revisão de Vinhetas – criação de voz padrão para a emissora; Pauta integrada com rádios, TV, Agência, Marketing, Redes e Acervo, potencializando divulgação e ações multiplataforma;
- Rádio Nacional de Brasília AM: Transmissões dos jogos do *Campeonato Brasileiro*; *Copa Libertadores da América*; jogos da Seleção Brasileira; *Copa do Brasil*; e *Copa Sul-Americana*; Programa especial em comemoração ao aniversário de Brasília/DF e ao aniversário de 64 anos da Rádio Nacional Brasília;
- Rádio Nacional da Amazônia OC: Comemoração dos 41 anos do programa *Viva Maria*; programação especial em Comemoração aos 45 anos da emissora e transmissões esportivas;
- Rádio Nacional do Rio de Janeiro: Transmissões esportivas e programação especial em Comemoração aos 86 anos da emissora;
- Rádio Nacional do Alto Solimões: Cobertura do Festival Folclórico de Benjamin Constant;
- Estreias dos programas *É Tudo Brasil* e *Nacional no Samba* e reestrela dos programas *Revista Brasília* e *Ponto do Samba*; dos novos quadros no programa *Nacional Jovem*: "Natureza Jovem", "Tá na Rede" e "Desenrola";
- Ampliação da interação com o ouvinte, com a faixa Hora do Ouvinte, para atender aos pedidos musicais mais frequentes no WhatsApp da Rádio;
- Intensificação das coberturas dos Festivais de Música e ampliação das parcerias com produtoras de eventos como o Festival MOVA, o Festival BR 40, o Festival Criolina e o Picnik;
- Destaque para Especiais, com uma hora de duração, todos os domingos, em todas as emissoras sobre artistas de renome da música brasileira com material de acervo EBC: Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Gal Costa, Cássia Eller e muito mais; e
- Destaque para o mês da Consciência Negra com programação especial.

RÁDIO MEC

Principais destaques

- Estreias: nova temporada do programa *Plateia*; temporada 2022 do *BBC Proms*; nova temporada da versão radiofônica do programa *Partituras*, da TV Brasil e Especiais Rádio MEC 90 anos de Paulinho da Viola;
- Realização da final da edição 2022 do *Festival de Música*;

- Início da Propaganda Eleitoral, executada por automação de programação em todas emissoras de Rádio, o que proporcionou mais segurança no processo e economia de recursos;
- Estreias da nova emissora da Rádio MEC em Belo Horizonte/MG, com a transmissão ao vivo do Concerto da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, em parceria com a RNCP/Rede Minas;
- Mais de 2 mil pessoas participaram do *Concerto 100 anos de Rádio*, com transmissão ao vivo na Rádio MEC, Redes Sociais e gravado pela TV Brasil;
- Celebração do Dia Nacional do Rádio, com o lançamento do novo site EBC Rádios em conjunto com várias áreas da Empresa;
- Produção dos programas especiais: *Páscoa*, *Dia Nacional do Choro*, *Dia Internacional do Jazz*, *MEC FM 39 anos*, *Bidu Sayão 120 anos*, *Maratona Igo Stravinsky 140 anos* e cobertura do *Festival de Jazz de Rio das Ostras/RJ*;
- Revisão e ampliação das chamadas de programas, implantação da automação via sistema Informa de chamadas Marketing (política, divulgação e institucional), reorganização da Discoteca com tarefas de identificação das mídias, visando facilitar a utilização desse material pela programação e pela produção e ainda, transmissão ao vivo e exclusiva para o Brasil da estreia da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo no prestigiado Carnegie Hall de Nova York; e
- Incremento na quantidade de convidados e na variedade de temas, impactando na qualidade geral dos conteúdos; Revisão da variedade de notas e interferências informativas e de cultura na MEC FM, com foco na modernização da linguagem, tornando-a mais enxuta e direta.

MONITORAMENTO DE AUDIÊNCIA

Principais destaques

- TV Brasil alcança a 4ª posição no DF, no mês de dezembro;
- Ampliação da rotina de informes à RNCP/TV e com reportes semanais sobre a audiência para que as afiliadas comecem a acompanhar seus resultados;
- 15 análises completas de audiência repassadas às afiliadas, sobre a grade de programação, resultados de programas próprios locais e a evolução do canal. Outras duas afiliadas receberam análises específicas, realizadas sob demanda, para avaliar o desempenho de programações especiais;
- Desenvolvidas análises de concorrência, programação e resultados para orientar o planejamento das novas grades de programação da Nacional e MEC; e
- 33 releases de destaques, realizados a partir do monitoramento diário da audiência dos veículos EBC, que contribuíram para a divulgação dos veículos da EBC, de maneira 360º.

ACERVO

Principais destaques

- 3,8 mil fitas com conteúdo audiovisual digitalizadas, em um total de 3,4 horas ingestadas no sistema MAM;
- 1,3 mil fitas com conteúdo sonoro digitalizadas, em um total de 982 horas ingestadas no MAM em 2022;
- 360 roteiros de radionovelas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro/RJ identificados;
- 1,6 mil conteúdos disponibilizados na Lista das Efemérides em 2022;
- 137,9 mil visualizações da editoria “Hoje é Dia” da Agência Brasil com base no projeto Efemérides;
- 24 mil negativos do acervo fotográfico digitalizados em Brasília/DF;
- Inserção na grade de programação das radionovelas digitalizadas pelo Acervo: *A Corrida do Ouro*; *Poronga*, *Terçado e Coragem*; e *A Vidente e o Vigarista*, que apresentou média de 3 mil ouvintes por minuto;
- Episódios de séries digitalizados externamente: *O Papo*; *Abre Alas*; *Advogado do Diabo*; 54 minutos; *Cata Conto*; *Chão de Estrelas*; *Contra Luz*; *MPB – Projeto Pixinguinha*; *Os Astros*; *Pequena Antologia da Música Popular Brasileira*;
- 1,8 mil visualizações nos arquivos do acervo audiovisual publicados no TikTok e no reels do Instagram;
- Parceria com a Rádio MEC para produção de 100 programetes voltados para o centenário da 1ª transmissão de Rádio no Brasil;
- Recuperação da série *Grande Teatro* (1955), programa de radiodramaturgia da Rádio Nacional;
- Transferência de materiais do Acervo da vila na Rua dos Inválidos para novos depósitos no térreo do prédio da Gomes Freire, em continuidade da readequação dos espaços físicos; e
- Concluído o tratamento, digitalização e catalogação das séries audiovisuais: *Roberto D’Ávilla*, *Jornal Edição Nacional* e *Repórter Brasil Noite* disponíveis no sistema MAM.

Objetivo Estratégico 7:
Fortalecer o posicionamento de marca dos veículos da EBC

A EBC buscará diretrizes e posicionamentos da marca de seus veículos junto ao mercado para aumentar sua relevância e visibilidade e desta forma aproximá-los do seu público.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO



97%

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2022	Meta 2022
Em aperfeiçoamento*	-	-	-

Tabela 13 - Indicador em aperfeiçoamento

MARKETING

Principais destaques

- Mais de 3,2 bilhões de impactos potenciais com a visibilidade da Agência Brasil, por meio de parcerias não onerosas com empresas de Digital Out of Home (DOOH), equivalente a R\$ 30 milhões de investimentos publicitários;
- Cerca de 170 Campanhas produzidas: eleitoral, comercial, parcerias, Ouvidoria e de *crossmedia*;
- Cerca de 11,3 mil inserções por emissora de rádio e 16,9 mil inserções nas emissoras de TV relativas à Campanha Eleitoral; mais de 17 mil peças em vídeo, na TV Brasil Rede e nas Regionais, e mais de 11,5 mil peças de áudio, nas Emissoras de Rádio. Além das mais de 190 Propagandas Partidárias e Campanhas Eleitorais, a área de Administração de Marketing processou cerca de 160 campanhas comerciais e de parcerias;
- Mais de 6,3 mil comunicações digitais realizadas;
- Cerca de mil peças de vídeo recebidas, renomeadas e gravadas nos servidores das TVs e mais de 2 mil peças de áudio renomeadas e inseridas no Sistema InfoRadio;
- Execução do projeto *Crossmedia*: Divulgação cruzada entre os veículos da EBC;

- Produção do Guide de Marketing, para padronização do uso de cores da EBC e aplicação da identidade visual nos produtos, serviços e identificações;
- Implementação da OPEC;
- Realização de avaliações mercadológicas com vistas ao lançamento e ao acompanhamento da programação;
- Atualização e gerenciamento do Mídia Kit 2022;
- Criação de apresentação de *Branded Content*** para EBC;
- 77 Relatórios elaborados ao longo do ano de 2022: Tendências nas Redes Sociais (10); Performance das Redes Sociais (44); Posts Covid-19 nas Redes EBC (6); Transmissões ao Vivo (9); *A Escrava Isaura* (1); Estudo *Hashtags* Radionovelas (1); Ministros em *A Voz do Brasil* (1); 7 de Setembro (1); Eleições 2022 (2); e Enem 2022 (2);
- 5 propostas e projetos customizados para negócios;
- Banco de dados desenvolvidos para monitoramento de audiência de Rádio e de TV; e
- Desenvolvimento de metodologia e atualização da tabela de licenciamento.

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Principais destaques

- Ativação da campanha 360 (*crossmedia*) nas páginas dos veículos EBC;
- Divulgação da presença digital da EBC, por meio dos *Podcasts*, Instagram e Spotify ampliada, com vistas ao rejuvenescimento da marca;
- 384 campanhas promovidas para o público interno;
- Campanha do Concerto 100 anos de Rádio no Brasil, com um público estimado de 2 mil pessoas;
- 14 parcerias para a oferta de descontos aos empregados;
- 448 releases para divulgação da EBC e seus veículos à imprensa;

- Cerca de 3,7 mil publicações na Intranet;
- 216 atividades de Cerimonial realizadas, entre receptivos/visitas de autoridades do Governo Federal – Ministros, Secretários, entre outras autoridades – para participação em programas da EBC (*A Voz do Brasil*, *Sem Censura*, *Brasil em Pauta* e *Repórter Nacional*);
- 106 boletins semanais produzidos de filmes e da grade de programação da TV Brasil;
- Implementação da nova estratégia de *endomarketing* voltada para a criação da EBC TV e de uniformidade gráfica para as peças publicadas na Intranet; e
- 993 web banners publicados, que tiveram 100,5 mil *clicks* e 119,6 milhões de impressões.

*Indicador em fase de estudo e levantamento de dados.

**Conteúdo de marca, ou seja, a criação de conteúdo que está diretamente relacionado ao universo de uma marca.

Objetivo Estratégico 8:
Racionalizar os custos

A estrutura física, a estrutura organizacional, o quadro de pessoal e os processos serão adaptados a formatos mais efetivos.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO

100%

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Orçamento discricionário destinado à atividade-fim	%	58%	49%	58%
Despesas Gerais e Administrativas – Serviços de Terceiros	R\$ (Milhões)	26,0	17,4	26,0

Tabela 14 - Resultado Indicadores Estratégicos

ADMINISTRAÇÃO, FINANÇAS E PESSOAS

Principais destaques

- Redução de 12% nas despesas administrativas se comparado com o ano passado. (2021: R\$ 25,1 milhões/ 2022: R\$ 22,1 milhões); e
- 49% do orçamento discricionário investidos nas ações da área finalística, o que demonstra o foco no monitoramento da melhoria em relação à qualidade dos gastos.

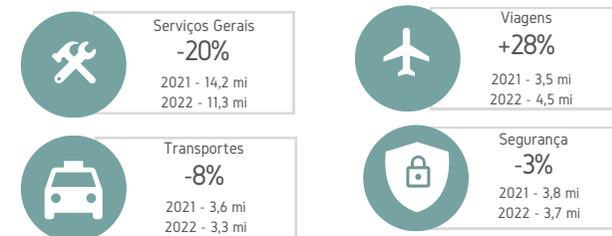


Figura 13 - Despesas Administrativas 2021 x 2022

O Demonstrativo abaixo apresenta a evolução da destinação dos recursos discricionários para as atividades principais da Empresa, especialmente no que tange à racionalização dos custos com foco na redução de gastos com a área meio, com o objetivo de incrementar o orçamento para a área fim da Empresa.

Atividade	2018	2019	2020	2021	2022
Fim	35.516.022,25	63.153.406,20	55.553.870,63	77.435.485,23	59.991.912,09
Meio	78.158.732,43	68.857.468,06	58.506.730,55	55.378.289,84	61.642.914,77
Total	113.674.754,68	132.010.874,26	114.060.601,18	132.472.058,26	121.634.826,86
% Atividade Fim	31%	48%	49%	58%	49%

Tabela 15 - Destinação dos recursos discricionários - Área Meio x Área Fim

CONSULTORIA JURÍDICA

Principais destaques

- Economia estimada de R\$ 11 milhões com ações judiciais cíveis e trabalhistas, em decorrência do arquivamento de ações julgadas improcedentes ou em que a EBC foi excluída da causa (R\$ 5,9 milhões - cíveis e R\$ 5,1 milhões – trabalhistas);
- Reforço nas orientações às áreas da Empresa, a fim de evitar o ajuizamento de novas ações e/ou encerrar os conflitos em curso, especialmente na área trabalhista;
- Aposentadoria compulsória aos empregados com mais de 75 anos de idade: das 9 demandas judiciais em curso, a EBC logrou êxito em 7 ações (ainda passíveis de recurso), representando economia estimada de R\$ 117,9 mil, levando em consideração o valor atribuído à causa; e
- Ajuizamento de ações de imunidade tributária em desfavor de entes municipais, objetivando o reconhecimento da imunidade tributária da EBC em relação aos impostos, bem como a restituição de valores anteriormente recolhidos.

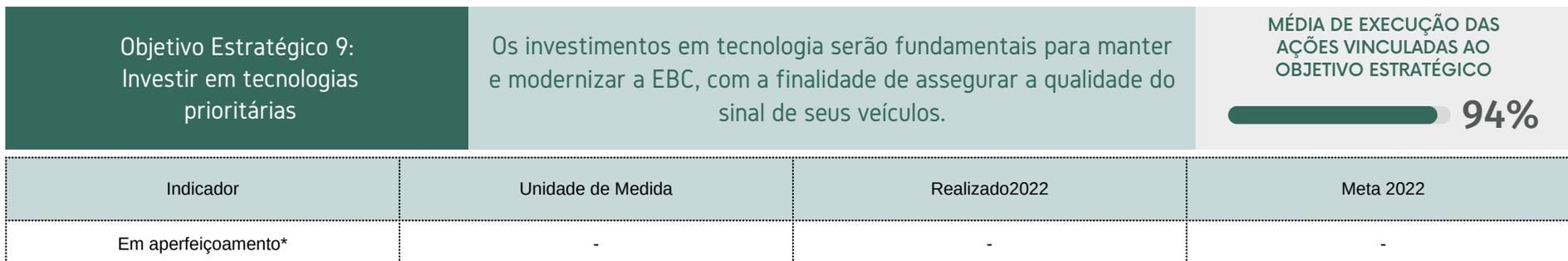


Tabela 16 - Indicador em aperfeiçoamento

OPERAÇÕES

Principais destaques

- Principais gravações para viabilizar a cobertura jornalística em 2022: vacinação com imunizante 100% nacional; Audiência Pública sobre vacinação em crianças na Organização Mundial da Saúde; Transmissões para o contrato MEC e MAPA; Lançamento da Jornada da Cultura Rara; Lives da Rádio MEC; desfile Cívico Militar do Bicentenário da Independência do Brasil, em Brasília/DF; Chegada do coração de Dom Pedro I ao Brasil; Lançamento do Canal Educação e Canal Libras no Palácio do Planalto; Programa *Caiu no ENEM* na 1ª e 2ª fase; Programa de Apuração das Eleições 2022 no 1º e 2º turno; Gravações do programa *A Voz do Brasil* com presença de Ministros de Estado como entrevistados; evento 5G Brasil no Palácio do Planalto; dentre outros;
- Acompanhamento, cobertura e transmissões de eventos com o Presidente da República: chegada da aeronave dos brasileiros vindos da Ucrânia; visita técnica às obras de Xambioá/TO; entrega de medalhas do Mérito Indigenista; promoção de graduados da Força Aérea Brasileira; lançamentos do Circuito Agro, do Programa DNA Brasil e da Força Tarefa das Águas; solenidades de entrega de Comendas da Ordem do Mérito do Ministério da Justiça e Segurança Pública, da Posse dos Desembargadores Federais, de abertura do ano judiciário, de Promoção de Oficiais-Generais do Exército, de hasteamento da bandeira e da inauguração dos Reservatórios do Córrego Ipiranga; o ato de liberação das águas do Rio São Francisco; captação e transmissão ao vivo de evento da SECOM, no Complexo Petroquímico GASLUB – Itaboraí/RJ; visita do Presidente da República, Jair Bolsonaro, à Petrópolis/RJ, em razão das fortes chuvas; abertura do Congresso Internacional de Gestão da Previdência Social – CONGEPS; e Conferência Nacional de Educação – CONAE 2022, dentre outros;
- Apoio com equipamentos e distribuição de sinal para formação do *pool* de Emissoras de Rádio e TV no Tribunal Superior Eleitoral para a veiculação da propaganda partidária obrigatória;
- Início da operação do estúdio de Rede da Rádio Nacional e do estúdio da Rádio MEC FM, a partir de Brasília/DF;
- Transmissões virtuais do Seminário Novo Ensino Médio; do lançamento do programa Conecta Rede; do Seminário Internacionalização na Educação Básica; do Lançamento do Documento Mapas da Adequação Docente, no Ministério da Educação;
- 588 horas de produção de programas nos estúdios em São Paulo/SP, Brasília/DF e no Rio de Janeiro/RJ;
- 769 horas de entradas ao vivo nos telejornais;
- 452 horas de geração e recepção de material; e
- 839 horas ao vivo para Rádio MEC AM; 70 horas ao vivo para Rádio MEC FM; 551 horas ao vivo para Rádio Nacional; e 62 horas de produção com a montagem de 300 matérias para o Radiojornalismo.

*Indicador em fase de estudo e levantamento de dados.

ENGENHARIA

Principais destaques

- DF: Aprimoramento nos transmissores do Parque de Transmissões do Rodeador e instalação de Circuito CLP (Controlador Lógico Programável) para supervisão e controle emergencial; Instalações dos filtros 5G nas antenas de recepção de satélite; implantação e instalação do servidor Sony para geração de imagens ao vivo; aumento da potência de transmissão de rádio em Tabatinga/AM; Implantação e instalação da nova matriz de vídeo do Palácio do Planalto; Execução da montagem de sistemas de geração de energia, para atendimento de eventos externos, links e demandas da Presidência da República; Implementação e configuração do sistema *nearline* para exibição da programação da TV Brasil e Canal Educação; Instalação de Sistema de Monitoramento e Gravação e implantação de automação para disparo remoto da Rádio MEC FM Brasília;
- RJ: Implementação da telemetria de temperatura na sala dos transmissores de Rádio; instalação do novo processador reserva da MEC FM; implantação do Sistema de Gravação na Gomes Freire; instalação do novo transmissor da Rádio Nacional FM; reparos das antenas titulares do Morro da Penna e do Morro do Mendanha; distribuição de sinais para termos de contingência nos dois cabos multiplex; Recebimento dos Transmissores para instalação em Itaguaí e em Sumaré; Reparo do Transmissor Linear para atender a Barra da Tijuca; Instalação de modems 4G para atendimento de híbridas para redução dos custos de linhas telefônicas; Instalação de nova antena de recepção na Rua da Relação; Instalação da infraestrutura elétrica para ativação do sistema de radiodifusão a partir do Mendanha; Concluído projeto de infraestrutura para iluminação cênica do Estúdio 2 da Gomes Freire;
- SP: Troca da mesa Mestre Maestro pela mesa Icon Master da Harris; Instalação de *playout* para o programa *Sem Censura*; Instalação de estúdio de Rádio; Instalação de transmissor em Itaquera; Instalação e ativação de nova estação de transmissão em Parelheiros; Configuração dos rádios enlaces para instalação entre Mofarrej - Jaraguá - Sumaré para substituir o antigo rádio;
- MA: Implantação do Estúdio da Rádio Nacional em São Luís e instalação de sistema de controle mestre da EBC;
- Elaboração dos diagramas de fluxo de sinais, sistemas irradiantes e sistemas elétricos para composição do Plano de Desenvolvimento de Engenharia – PDE e definição do Plano de Continuidade do Negócio da Engenharia;
- Instalação do controle mestre do Canal Educação;
- Instalação dos novos equipamentos para *upgrade* do carro de transmissão de *Standard Definition*- SD para *High Definition* - HD;
- Recuperação do Sistema de Refrigeração e instalação de novo sistema de comando e supervisão do Transmissor da Rádio Nacional da Amazônia;
- Realizada a execução da instalação de transformador para viabilizar energia do prédio de Ondas Médias – OM; e
- Finalização do Plano Diretor de Engenharia – PDE.

TECNOLOGIA

Principais destaques

- 5,3 mil chamados internos atendidos no período, sendo 53% resolvido no primeiro contato;
- 4 mil respostas na Pesquisa de Satisfação na Central de Chamados, sendo que 92% avaliaram o atendimento como excelente;
- 800 horas de *closed caption* produzidas para a programação da TV Brasil;
- Mais de 60 mil horas transmitidas via Central de *Streaming*, incluindo conteúdo da TV Brasil, Rádios EBC e clientes;
- Eleições 2022: montagem da infraestrutura para o evento de apuração; atualização das aplicações de simulador e processador das Eleições Presidenciais; desenvolvimento da automação de artes para cobertura da apuração, com 46.849 artes geradas, que foram utilizadas na TV e nas Redes Sociais; 3 modelos de páginas de apuração desenvolvidas para a Agência Brasil; Distribuição dos dados da apuração do 1º e 2º turno para as aplicações e sites da EBC;
- Reativação das câmeras no Centro de Operações Rio – COR/RJ;
- Ativação de controle de acesso da Central Técnica TV no prédio da Relação;
- Telemetria: criação de novo ambiente de coleta de dados, dos novos *dashboards* e configuração dos novos alertas; verificação de configurações de todos os transmissores de TV; elaboração do projeto e implantação dos equipamentos da Telemetria 2.0; construção dos primeiros relatórios gerenciais de disponibilidade dos transmissores na Telemetria e correções de erros no envio de alertas do nobreak de SP; adição de novos equipamentos; planejamento de expansão do sistema para as afiliadas; Implementado o alerta de aumento de temperatura por e-mail - Telemetria Servidores CPD Rua Gomes Freire e Relação;
- Levantamento e classificação dos sistemas críticos;
- Treinamento na solução do *firewall* e antivírus;
- Automação da produção da Mídia Impressa;
- Publicação da funcionalidade de texto para fala, que possibilita que os usuários escutem as matérias da Agência Brasil;
- Publicação dos *streamings* dos canais do MEC - Canal Educação e Canal Libras;
- Lançamento de nova versão do Sistema Integra;
- Entrega de sistema para a realização da Avaliação de Desempenho, com recursos de autoavaliação e avaliação das metas e resultados dos empregados pelos gestores;
- Manutenção evolutiva do sistema Jetro para adequação das novas classes e valores de diárias da Norma de Viagem - NOR 201;
- Realizado o sincronismo automático do Servidor AudioSync para Rádio Nacional RJ, MEC FM RJ e MEC AM RJ;
- Campanha de *FakePhishing**;
- Criação de procedimento de segurança para o bloqueio de tela de estações por ociosidade;
- Refeitos os procedimentos de instalação do agente de Inventário em toda a rede da EBC;
- Criação de procedimento para mapeamento automático das pastas do novo servidor de arquivo;
- Conclusão do Plano Estratégico de Tecnologia da Informação e Comunicação – PETIC; e
- Fase final de elaboração do Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação – PDTIC.

Objetivo Estratégico 10: Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas

A gestão da estratégia, dos processos e das pessoas será aprimorada para que os resultados planejados sejam alcançados. A comunicação interna será fortalecida.

MÉDIA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES VINCULADAS AO OBJETIVO ESTRATÉGICO

95%

Indicador	Unidade de Medida	Realizado 2021	Realizado 2022	Meta 2022
Índice de Governança (IG-Sest)	Unidade	9,3	9,7	9,1
Indicador de Conformidade Sest (IC-Sest)	Unidade	-	987,0	834,0
Índice de Sucesso nos Pedidos Contidos em Ações Judiciais	%	60%	58%	65%

Tabela 17 - Resultado Indicadores Estratégicos

ADMINISTRAÇÃO, FINANÇAS E PESSOAS

Principais destaques

DF

- Aprovação do Relatório Conclusivo da Comissão de Trabalho para Avaliação da Prestação de Contas Final do Contrato de Gestão firmado com a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto – ACERP;
- Aprovação da Norma de Teletrabalho;
- Auditoria Financeira realizada pelo Tribunal de Contas da União, na qual foram auditadas contas da EBC relativas a depósitos para interposição de recursos, bens móveis, depreciação, provisões para curto prazo e receitas. Após a conclusão da Auditoria, o Tribunal, em Acórdão proferido em novembro/2022, aprovou sem recomendações, nem ressalvas, as contas analisadas;
- Conclusão do processo de Avaliação de Desempenho e do processo de Progressão Salarial;
- Finalização da etapa de organização e catalogação do processo de desfazimento de material;
- Vacinação contra a gripe e COVID efetivadas nas instalações da EBC;
- Capacitações de Gestores sobre Teletrabalho e Progressão;
- Realização da Semana de Capacitação de Lideranças;
- Realização de eventos comemorativos ao Dia das Mães e ao Dia dos Pais;
- Realização de Palestras de Prevenção ao Suicídio, além de apoio às Palestras de Gestão de Integridade, Riscos e Controles Internos, e de Pílulas de Conscientização – Corregedoria Explica! - Prevenção e Combate ao Assédio Moral; e
- Reabertura do estacionamento da RANAC, destinando seu uso aos empregados.

RJ

- Finalização da etapa de organização e catalogação do processo de desfazimento de material, com desfazimento de 980 itens inservíveis;
- Início da movimentação da manutenção de TV para o Térreo do Prédio da Gomes Freire e transferência do acervo do 5º e 6º andares para o 2º andar;
- 40 empregados capacitados, com as Oficinas de Contratações de Conteúdo e de Gestão de Fiscalização dos contratos administrativos e de conteúdo;
- Conclusão das obras das fachadas dos prédios da Relação e Gomes Freire;
- Término da reforma da fachada da Rua dos Inválidos;
- Finalização da obra do 10º andar do prédio da Relação e transferência das ilhas de edição;
- Início da limpeza e reforma das instalações dos imóveis da Penha e do Sumaré; e
- Término da obra do Estúdio 1 e início do processo de reforma dos Estúdios 2 e 3 da Gomes Freire.

SP

- Finalização da substituição do telhado por telhas termoacústicas, proporcionando isolamento acústico e controle térmico de ambientes;
- Reforma do piso da redação, com substituição das placas de piso elevado;
- Finalização das obras e entrega do novo estúdio de rádio;
- Realização do Inventário Anual de Bens;
- Pintura e limpeza do Estúdio 2; e
- Transferência e instalação de piano da EBC do RJ para SP.

MA

- Finalização da estrutura do estúdio de rádio e construção e montagem da sala da redação da Rádio Nacional FM de São Luís.

SECRETARIA EXECUTIVA

Principais destaques

- Aprovação da Análise de Atendimento das Metas e Resultados na execução do Plano de Negócios 2021 (Deliberação CONSAD nº 14, de 25/4/2022);
- Realização de 2 Reuniões de Avaliação da Estratégia (1ª Deliberação DIREX nº 28, de 7/4/2022 e CONSAD nº 15, de 25/4/2022 e 2ª Deliberação DIREX nº 98, de 21/11/2022 e CONSAD nº 46, de 25/11/2022);
- Aprovação dos Relatórios de Monitoramento do Plano de Negócios;
- Monitoramento dos resultados intermediários do PPA 2020-2023, relativo ao 1º semestre de 2022;
- Apoio na construção da proposta da Remuneração Variável Anual – RVA 2022 e 2023 da Diretoria Executiva;
- Aprovação do Plano de Negócios 2023 (Deliberação DIREX nº 102, de 1/12/2022);
- Apresentação dos resultados da 1ª, 2ª e 3ª Onda do Projeto de Modelagem da Cadeia de Valor à DIREX;
- Conclusão do mapeamento do Processo de Correição (Nota Técnica SECEX nº 11/2022);
- Incremento de 12,81% no percentual de modelagem da Cadeia de Valor perfazendo um total de 38,81% de processos mapeados;
- 32 Normativos atualizados/aprovados;
- Nível 1 no 6º Ciclo do IG-Sest, com nota de 9,68 do total de 10, resultado quanto ao nível mantido há 4 ciclos;
- Consolidação, aprovação e publicação do Relatório Integrado de Gestão/da Administração de 2021;
- Aprovação da Carta Anual (Deliberação CONSAD nº 16, de 25/4/2022);
- Atualização da Matriz de Riscos da Correição;
- Apoio à DOTECA no monitoramento do Plano de Tratamento e na revisão dos riscos e à DIGER no Plano de Tratamento para os Riscos do Acervo;
- Disseminação da Gestão de Riscos, por meio de palestra que tratou da Gestão de Integridade, Riscos e Controles Internos, ministrada pela Controladoria Geral da União – CGU;
- Aprovação do Relatório de Gestão de Riscos e Conformidade Corporativa (Deliberação DIREX nº 75, de 15/9/2022, e Deliberação CONSAD nº 39, de 26/9/2022);
- Aprovação da Análise de Riscos e Oportunidades da Estratégia de Longo Prazo – AROELP (Deliberação DIREX nº 103, de 1/12/2022), e (Deliberação CONSAD nº 49, de 12/12/2022);
- LGPD - notificação do TCU (Acórdão nº 1384/2022) com relatório individual de feedback da EBC sobre auditoria que avaliou as ações governamentais e os riscos à proteção de dados pessoais, a partir de diagnóstico sobre a implementação dos controles estabelecidos pela Lei, que atribuiu à EBC o valor de 0,73 para o indicador de adequação, o que corresponde ao nível intermediário;
- 13 procedimentos investigativos autuados/instaurados; 10 Processos Disciplinares instaurados; 9 processos disciplinares julgados; 14 procedimentos investigativos concluídos;
- 11 publicações de extrato de julgamento de procedimentos disciplinares no Portal Correicional da EBC na internet e 29 inserções nos Sistemas CGU-PAD e ePAD; e
- Obtenção do Nível 2 (maior nível avaliado em 2022) na Avaliação de Maturidade Correicional 2022, pela CGU.

CONSULTORIA JURÍDICA

Principais destaques

- 474 processos demandaram manifestação, dos quais 299 foram analisados em até 15 dias, representando índice de 64% de análises dentro do prazo ideal;
- Atualização de peças e teses jurídicas em pastas compartilhadas, além da difusão de conhecimento e definição das melhores estratégias, com foco na jurisprudência atualizada e na experiência em casos semelhantes;
- Autorização junto à Justiça Eleitoral para o elastecimento de horário para exibição de propaganda partidária nos dias de exibição do programa *A Voz do Brasil* e de partidas de futebol, possibilitando a flexibilidade necessária para que a Empresa pudesse fazer a melhor gestão da grade de programação;

- Aderência, ao EBC DOC, com a digitalização de documentos e processos administrativos;
- Análises e manifestações destaques: contratação de prestação de serviços relativos à produção da Rádio Nacional do Alto Solimões/AM, ao licenciamento das novelas *A Terra Prometida* e *Os Imigrantes*, ao Programa *Canto e Sabor*, à reforma da fachada do imóvel da EBC no Rio de Janeiro/RJ, ao serviço de limpeza em Brasília/DF e ao IBOPE; compartilhamento de infraestrutura de telecomunicações, com a incidência da Lei nº 13.116/2015; esclarecimentos acerca de peculiaridades inerentes ao regime de trabalho em sobreaviso e à complementação dos esclarecimentos sobre doação de bens pela EBC em ano eleitoral; prorrogação dos contratos de prestação de serviços de comunicação e conexos prestados pela EBC com DATAPREV, Advocacia Geral da União, Controladoria Geral da União, Ministério da Defesa e Ministério de Minas e Energia;
- Reuniões de orientação com as equipes técnicas da DOTECA e a Central de Compras da EBC, acerca dos riscos jurídicos que refletem nas contratações de tecnologia da informação e do Termo de Permissão de Uso de Capacidade Excedente (Pico do Jaraguá/SP, Parelheiros/SP e Mendanha/RJ);
- Orientação acerca de procedimentos relacionados ao pagamento de verbas rescisórias de ex-empregados; e
- Auxílio nas atualizações normativas aprovadas em 2022.

AUDITORIA INTERNA

Principais destaques

- 7 Relatórios produzidos em 2022: Relatório Anual de Atividades da Auditoria Interna - RAINTE 2021; Auditoria das Demonstrações Contábeis 2021; Auditoria das Demonstrações Contábeis do 1º trimestre 2022; Auditoria das Demonstrações Contábeis - 2º trimestre 2022; Marketing e Negócios; Produção Artística de TV; e Auditoria das Demonstrações Contábeis - 3º trimestre 2022;
- 3 Pareceres emitidos: Demonstrações Contábeis do exercício de 2021; Remuneração dos Dirigentes e Prestação de Contas 2021;
- Elaboração e publicação do Plano Anual de Atividades da Auditoria Interna – PAINT 2023;
- 1 Nota Técnica produzida: Uso pela EBC do Módulo Perfil de Pessoal das Estatais - PPE/SIEST;
- 310 horas de capacitação da equipe de Auditoria; e
- 480 horas de monitoramento das recomendações.

OUVIDORIA

Principais destaques

- 52 edições do *Momento da Ouvidoria* veiculadas em 2022. Além de cumprir a determinação legal, o *Momento da Ouvidoria* incentiva o público a enviar sua opinião sobre os conteúdos disponibilizados pela EBC;
- 84% dos cidadãos que participaram da pesquisa de satisfação do público, no período de 1º de janeiro de 2022 até 31 de dezembro de 2022, se declararam “satisfeitos” ou “muito satisfeitos” com o atendimento prestado pela Ouvidoria da EBC, segundo a pesquisa de satisfação do “Painel Resolveu?” – plataforma gerida e disponibilizada pela Controladoria-Geral da União – CGU;
- Tempo médio de resposta da Ouvidoria da EBC, em 2022, foi de 4 dias, mostrando-se inferior ao tempo médio de 23 dias da Administração Pública Federal;
- Participação na Maratona de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos, promovida pela Rede Nacional de Ouvidorias. A Maratona de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos tem por objetivo reforçar o poder transformador dos cidadãos e mobilizar as ouvidorias de todo o país na interlocução entre o Estado e a sociedade;
- Realização da Pesquisa de Satisfação referente à Carta de Serviços da EBC, realizada pela equipe da Ouvidoria, direcionada aos usuários dos serviços da Empresa; e
- 2.653 manifestações recebidas em 2022, sendo observada uma redução no número de reclamações, que caiu de 677, no ano anterior, para 522.

6. Análise de Riscos e Oportunidades da Estratégia de Longo Prazo

Análise de Riscos sobre Estratégia de Longo Prazo

A Estratégia de Longo Prazo da Empresa é executada, por meio dos Projetos Estratégicos, dos Processos Organizacionais e dos Planos de Ações anuais, que compõem o Plano de Negócios elaborados pelas unidades, os quais são alinhados ao orçamento discricionário disponibilizado.

A Empresa busca continuamente se antecipar aos eventos que podem afetar o alcance dos resultados com o monitoramento constante dos cenários externos e internos e do desempenho organizacional e busca aproveitar as oportunidades associadas, de forma a aprimorar e alcançar as diretrizes estratégicas, no intuito de atingir sua Missão Institucional, mediante desdobramentos das Orientações Gerais do Conselho de Administração, adequadas à realidade orçamentária.

Em 2022, a EBC continuou o gerenciamento da exposição aos riscos estratégicos mapeados desde 2019 referentes aos processos de gestão da Rede Nacional de Comunicação Pública de TV e Rádio, aos Macroprocessos de Tecnologia da Informação - TI e Tecnologia de infraestrutura e demais processos organizacionais e adotou como estratégia de atuação as seguintes iniciativas:

- Vinculação dos riscos estratégicos ao Plano de Negócios de 2022;
- Vinculação dos riscos aos Processos da Cadeia de Valor mapeados;
- Verificação do ambiente de controle interno dos riscos estratégicos; e
- Verificação da exposição da EBC aos riscos estratégicos.

A proposta de vinculação à Cadeia de Valor pretendeu identificar os principais riscos nos Macroprocessos e nos Processos, além de validar medidas de controle sugeridas. Para isso, foi realizada a análise dos processos, subprocessos, atividades, fluxos, responsáveis e demais elementos do Business Process Management – BPM ou “gestão de processos de negócios”, juntamente com os componentes da gestão de riscos.

No tocante à vinculação dos riscos estratégicos ao Plano de Negócios – 2022, a proposta teve como base a verificação, a validação e o acompanhamento das medidas de tratamento para mitigação dos riscos dentro dos Planos de Ações das Diretorias.

6. Análise de Riscos e Oportunidades da Estratégia de Longo Prazo

Análise de Oportunidades sobre a Estratégia de Longo Prazo

Além dos eventos de riscos levantados, foram vislumbradas oportunidades executadas em 2022 e com tendência de serem usufruídas pela Empresa nos próximos anos, consoante a Estratégia de Longo Prazo 2021-2025, recentemente atualizada para o período de 2023-2027, por exemplo:

- Ampliação do número de afiliadas da Rede Nacional de Comunicação Pública de TV e Rádio com o objetivo de atender à meta do PPA 2020-2023.
- Acompanhamento, pela EBC, do avanço da digitalização do sinal de televisão no Brasil, pelo Programa Digitaliza Brasil, promovido pelo Ministério das Comunicações, e principalmente, a implantação da tecnologia 5G em todo território nacional, a fim de verificar possíveis ganhos e se planejar quanto à evolução tecnológica, inclusive nas principais capitais onde a Empresa atua. Com a nova tecnologia, a EBC terá a possibilidade de transmitir os sinais da TV Brasil e das Rádios pelo 5G, ao vivo, de qualquer lugar, com mais qualidade e melhor sinal, ampliando a distribuição de conteúdo, consolidando a presença digital nessas localidades, o que corrobora para o atingimento do Objetivo Estratégico de Intensificar a atuação em Digital e para o aumento da audiência da Empresa.
- Ampliação da distribuição dos conteúdos, de forma criativa e estruturada, a fim de incrementar o alcance e de consolidar a presença digital.
- Potencialização da visualização de conteúdos jornalísticos, por meio da disponibilização no YouTube.
- Utilização de matérias jornalísticas do site da TV Brasil na Agência Brasil, reunindo assim o conteúdo jornalístico na maior plataforma de notícias da EBC e, conseqüentemente, possibilitar o aumento no número de visitantes da Agência Brasil.
- Criação de conteúdo atrativo que possibilite ampliar o número de visualizações das matérias da Agência Brasil em outros sites.
- Manutenção da busca pela sustentabilidade econômico-financeira, de forma a privilegiar investimentos. Ações para a ampliação das receitas próprias, a partir do aumento da capacidade produtiva da Empresa, do portfólio de produtos e clientes, bem como da racionalização das despesas e da otimização dos recursos disponíveis continuarão sendo implementadas, bem como a consolidação dos processos de valorização da força de trabalho da Empresa, intensificação da gestão dos ativos imobiliários e otimização da gestão dos recursos financeiros disponíveis.
- Adequação da cultura organizacional à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que trará a oportunidade de a Empresa visualizar as informações por onde transitam, quais operações e sistemas devem ser atualizados, como melhorar a segurança e como desenvolver a gestão de riscos, melhorar os processos de trabalho e eliminar os controles ineficazes, dentre outros benefícios.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das Orientações Gerais do CONSAD e das Diretrizes da DIREX, do Comitê de Tecnologia da Informação e Comunicação – CTIC e do Comitê de Programação e Rede – CPR estabelecidas e dos desafios enfrentados pela gestão da Empresa, este documento apresenta os resultados alcançados pela EBC ao longo de 2022, demonstrados por meio da evolução dos Indicadores Estratégicos e suas respectivas metas.

Além disso, foram destacados os principais pontos das áreas e a média de execução das ações, previstas no Plano de Negócios 2022, vinculadas aos Objetivos Estratégicos, que alcançou 94% de realização.

Cabe destacar que, apesar de todos os desafios impostos, a gestão identificou muitos avanços, como:

- Lançamento dos Canais Educação e Libras, parceria da EBC com o Ministério da Educação. O Canal Educação tem o objetivo de disponibilizar ao cidadão uma programação educacional voltada para a exibição de temas que vão desde a educação infantil até o ensino superior. O Canal Libras, lançado a princípio nas plataformas digitais, tem o intuito de proporcionar interação dentro da comunidade surda, além de instigar a população a entender sobre a Língua Brasileira de Sinais (Libras);
- Fortalecimento da divulgação dos conteúdos em multiplataformas, especialmente nas Redes Sociais, nos aplicativos TV Brasil Play, Rádios EBC e nas plataformas de Digital Out of Home – DOOH. Até setembro de 2022, foram registrados cerca de 2,3 bilhões de impactos potenciais com a visibilidade da Agência Brasil, por meio de parcerias não onerosas com empresas de DOOH;
- Mais de 1,8 milhão de pessoas acompanharam, pela tela da TV Brasil, mais de 10 horas de transmissão e dedicação de conteúdo referentes aos turnos das eleições e apurações dos votos em Brasília/DF, no Rio de Janeiro/RJ e em São Paulo/SP;
- Melhora no posicionamento da TV Brasil no mercado entre as TVs abertas e fechadas. Avançou da 9ª posição, em dezembro de 2020, para a 5ª, desde dezembro de 2021, e permaneceu consolidada nessa colocação ao longo de 2022, além de ser a 4ª emissora mais assistida em Brasília no mês de dezembro;
- Avanço na cobertura da TV Brasil em canal aberto, por meio do Projeto Digitaliza Brasil, do Ministério das Comunicações. Em 2022, houve progresso na implantação dos canais do Programa, que já atende 638 municípios e mais de 3,8 milhões de novos potenciais telespectadores.



EBC

Empresa Brasil
de Comunicação

tv **Brasil**

Agência **Brasil**

Radio **agência**

Rádio **Nacional**